

УДК: 339.3:004

Олена КІТЧЕНКО

к.е.н., доцент,

доцент кафедри маркетингу

*Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

Olena.kitchenko@khpri.edu.ua

Ігор АДАШЕВСЬКИЙ

магістр кафедри маркетингу

*Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

adashevsky.acg@gmail.com

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В ІНТЕРНЕТІ

ONLINE BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES

Стабільність на сьогодні стала одним з ключових факторів, який визначає подальший розвиток економіки України. Наразі в Україні не існує компаній на діяльність яких тим чи іншим чином не вплинула би повномасштабна військова агресія з боку Росії. Тому говорити про економічні успіхи компаній дуже важко, адже ті нестабільні умови, в яких вони працюють, заважають компаніям отримувати доходи і розвиватись. Тож питання вибору подальшої стратегії розвитку для будь якого бізнесу будуть актуальними, особливо в сучасних складних воєнних умовах.

Сучасний ринок вимагає від компанії розуміння своєї сьогоднішньої позиції на ринку та подальшої стратегії розвитку, яка є запорукою успіху будь якого бізнесу. Сьогодні українським компаніям необхідно по новому переосмислювати свій продукт, свою діяльність, свого споживача, переналаштовувати свої бізнес процеси, ставати гнучкими та вміти адаптуватися до постійних змін в навколишньому середовищі. Отже, компанії повинні чітко формулювати подальшу стратегію розвитку та вміти адаптувати її під час змін.

Стратегія розвитку бізнесу може допомогти визначити потенційні можливості, поставити реалістичні цілі та орієнтуватися в ринковій конкуренції, особливо коли компанії розвивають свій бізнес онлайн. Сучасні технології та Інтернет можуть надати численні можливості для бізнесу в Інтернеті. За допомогою інструментів електронної комерції, афілійованого маркетингу та цифрового впливу можна створювати та розвивати успішні онлайн компанії, але все це потребує певних зусиль.

Зрозуміло, що успішний розвиток бізнесу не можливий без використання стратегічного планування, першим кроком якого на шляху до побудови успішної стратегії розвитку бізнесу буде визначення своєї ніші. Чим конкретніше обрана ніша, в якій працює компанія, тим краще для неї. Це дозволяє з мінімальними витратами виходити на цільовий ринок, даючи клієнтам саме те, що вони бажають

отримати. Під час цього кроку необхідно розуміти, чи має ця ніша достатній попит, щоб компанія могла в ній розвиватися.

Наступним кроком є визначення цільового ринку на якому працює компанія. Розуміння цільової аудиторії має на меті визначення потреб, бажань, а також її проблемних моментів. Розуміння власного споживача дає можливість якомога краще пристосувати свої пропозиції щодо продуктів чи послуг відповідно до їхніх конкретних потреб. Таке розуміння дозволяє утримувати клієнтів та залучати нових, а це в свою чергу крок до зростання бізнесу. Також це розуміння дає можливість компанії генерувати контент з прикладами використання її продукту, для того щоб навчити клієнтів та зацікавити, а це в свою чергу скорочує шлях, який клієнт проходить від розуміння проблеми до її вирішення, за допомогою продуктів компанії.

Далі необхідно проаналізувати існуючих та можливих конкурентів. Під час такого аналізу визначаються їх сильні та слабкі сторони. Це дає змоги визначитися із власною конкурентною перевагою та чітко сформулювати власну унікальну торговельну пропозицію, та розробити стратегії, щоб виділитися на ринку. Пошук інформації по конкурентам можливий на форумах, онлайн платформах, де присутні конкуренти, що аналізуються. Це надає можливості зрозуміти запити потенційних споживачів, можливі проблеми, про які вони заявляють, та проаналізувати рішення, які пропонують конкуренти для вирішення проблем своїх споживачів.

Після визначення свого місця на ринку, своїх сильних та слабких сторін, переваг конкурентів необхідно становити подальші цілі розвитку компанії. Цілі повинні бути реалістичними, конкретними, такими що піддаються виміру та протермінованими у часі. Визначення цілей дає можливість вимірювати прогрес компанії та зосереджуватися на головному.

Далі розробляється комплексний маркетинговий план розвитку, який повинен враховувати можливі ризики та можливі варіанти розвитку подій. Після цього необхідно слідкувати за виконанням плану та в разі необхідності корегувати його.

Тепер розглянемо можливі варіанти стратегій розвитку бізнесу в Інтернеті.

Створення блогу. Дослідження [1] показують, що компанії, які не просто мають, а ще й активно ведуть свої блоги, у середньому залучають на 67% більше потенційних клієнтів порівняно з компаніями, які цього не роблять. Щоб блог був успішним необхідно оптимізувати його, щоб мати високий рейтинг у Google. Також тематика блогу повинна бути цікавою потенційній аудиторії.

Стратегія присутності в соціальних мережах на сьогодні є практично основною для онлайн бізнесу. Присутність у соціальних мережах є просто життєво необхідним елементом для залучення більшої онлайн-аудиторії. Чим більше компанія взаємодіє зі своєю цільовою аудиторією, тим більшою є її лояльність і тим швидше зростатиме база підписників.

Стратегія e-mail маркетингу вже багато років застосовується на ринку та її популярність постійно збільшується. Під час використання цієї стратегії як потенційні так і існуючі клієнти отримують електронні листи, націлені саме на їх мікронішу.

Однією з найефективніших стратегій розвитку онлайн-бізнесу є відеомаркетинг. Цільова аудиторія реагує набагато швидше після перегляду відеореклами, ніж будь-якого іншого виду реклами. За дослідженнями 64% клієнтів, ймовірно, відреагують після перегляду фірмової відеореклами. Також підраховано, що підприємці розвиваються на 49% швидше за допомогою відеореклами, ніж без неї [1]. Відеомаркетинг – це ефективна та результативна стратегія цифрового маркетингу, яка в основному здійснюється через YouTube і вебіари.

Стратегія використання платних медіа допомагає збільшити охоплення компанії в Інтернеті. Наприклад, реклама в Instagram і Facebook націлена на конкретний ринок і допомагає розвиватися без особливих зусиль.

Залучення цільової аудиторії через партнерство дозволяє збільшувати охоплення з мінімальними зусиллями. Існує багато варіантів партнерства із споживачем: створення спільного контенту, спільний маркетинг, спільні вебіари та ін.

Застосування стратегії інфлюенс-маркетингу є потужним інструментом для онлайн-бізнесу для охоплення ширшої аудиторії та підвищення довіри. Співпраця з лідерами думок, які працюють в тій самій ніші що і компанія, дозволяє залучати їх аудиторію на сторінки компанії та допомагає завоювати довіру потенційного споживача. Головне щоб цінності компанії співпадали з цінностями цільової аудиторії лідера думок та відповідали тій самій демографічній групі.

Стратегія персоналізації. Компаніям необхідно адаптувати свої повідомлення та пропозиції на основі вподобань клієнтів, поведінки та минулих контактів. Це досягається за допомогою таких інструментів:

Цього можна досягти за допомогою таких методів:

Індивідуальні рекомендації щодо продуктів. За допомогою історії веб-перегляду, можна дізнаватися про вподобання клієнтів та пропонувати персоналізовані рекомендації щодо продуктів;

Цільові кампанії електронною поштою. Надсилання цільових електронних листів з персоналізованим вмістом, акціями та рекомендаціями продуктів.

Інтерактивний вміст. Проводити опитування та інші активності, щоб залучати споживачів та збирати інформацію про їх вподобання.

Зосередження зусиль на персоналізації пропозиції для клієнтів, компанії можуть підвищувати лояльність, рівень задоволеності клієнтів та заохочувати повторні покупки.

Використання запропонованих стратегій допомагає значною мірою зростати бізнесам компаній та залишатись конкурентоспроможними на різних ринках.

Список використаних джерел

1. 9 Strategies To Grow Your Online Business. Rock Content : веб-сайт. URL: <https://rockcontent.com/blog/strategies-to-grow-your-online-business/> (дата звернення: 06.10.2023).