

ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ОНЛАЙН-ПОСЛУГ

Дрепін І.М., Райко Д.В.

***Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків***

Під час цифрової трансформації економіки онлайн-послуги стають одними з найдинамічніших напрямів бізнесу. Підприємства, що працюють у цій сфері, зіштовхуються не лише з високою конкуренцією, але й з необхідністю швидко адаптуватися до змін у поведінці споживачів, технологіях та ринкових умовах. У цих умовах цифровий маркетинг перестає бути виключно інструментом просування, він перетворюється на повноцінний інструмент стратегічного управління розвитком підприємства. Його застосування забезпечує ефективну підтримку прийняття рішень, формування конкурентних переваг, планування майбутнього зростання та підвищення клієнтської цінності [1].

Розглянемо напрями застосування цифрового маркетингу для прийняття управлінських рішень.

Аналіз попиту та поведінки споживачів. Застосування інструментів аналітики дозволяє глибоко вивчати дії користувачів та на основі цього прогнозувати попит, визначати ефективні канали залучення споживачів, а також виявляти нові сегменти ринку.

Підтримка стратегічного планування. Завдяки зібраним даним про ринок, конкурентів та клієнтів, цифровий маркетинг надає підприємству аналітичну базу для визначення векторів розвитку, масштабування послуг та впровадження нових сервісів. Це дозволяє будувати довгострокові стратегії на основі фактичних даних, а не інтуїції. Інформаційна підтримка управлінських рішень. Аналітика в реальному часі, динаміка поведінки клієнтів, ефективність каналів просування. Усе це є джерелом даних для оперативного прийняття рішень на всіх рівнях від тактичного (наприклад, зміна рекламної стратегії, оптимізація ресурсів) до стратегічного (вибір нових ринків чи напрямів розвитку). Управління лояльністю та взаємодією з клієнтами. Систематична робота з цифровими каналами допомагає не лише залучати, а й утримувати клієнтів, формувати довіру до бренду та збільшувати довгострокову цінність споживача.

Цифровий маркетинг для підприємств, що працюють у сфері онлайн-послуг, є більше, ніж просто засіб просування. Він виконує роль системного інструменту управління розвитком. Його ефективне застосування забезпечує глибоке розуміння ринку, адаптивність до змін, обґрунтоване стратегічне планування, оптимізацію витрат, зміцнення відносин із клієнтами.

Література:

1. Marino-Romero J.A., Palos-Sanchez P.R. & Velicia-Martin F. The organizational impact in KIBS companies of certain digital marketing factors: digital capabilities and internet technologies. *Journal of Marketing Analytics*. 21 May 2024. Palgrave Macmillan. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41270-024-00322-1>