

Рублюк А. О.
студентка кафедри промислового маркетингу
ORCID: 0009-0005-0498-4996;
Жигалкевич Ж. М.
д-р. екон. наук, доцент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря
Сікорського», м. Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-5847-1302

АКТУАЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІТ ПРОДУКТІВ У МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

В сучасну цифрову епоху впровадження ІТ-продуктів у маркетингові комунікації має вирішальне значення. Використовуючи такі технології, як аналітика даних, чат-боти на основі штучного інтелекту та інструменти керування соціальними мережами, компанії можуть покращити свої комунікаційні стратегії. Ця інтеграція дозволяє проводити персоналізовані кампанії, цільові повідомлення та зворотній зв'язок у режимі реального часу, що в кінцевому підсумку збільшує залучення споживачів і стимулює продажі.

Використання ІТ також допомагає компаніям випереджати конкурентів, адаптуючись до цифрових тенденцій, що швидко розвиваються. Отже, бізнес потребує постійного моніторингу та дослідження новітніх підходів до ведення маркетингової діяльності враховуючи стрімкий розвиток інформаційних технологій.

Одним із основних трендів в розвитку маркетингових комунікацій через ІТ продукти є персоналізація контенту. Сучасні технології дозволяють збирати та аналізувати великі обсяги даних про споживачів, що дає змогу створювати та доставляти індивідуалізований контент, який відповідає конкретним потребам та інтересам кожного клієнта [1].

Інший важливий тренд – використання штучного інтелекту (ШІ) в аналітиці. Аналіз даних з використанням ШІ дозволяє компаніям виявляти та прогнозувати поведінкові патерни своєї аудиторії, що сприяє у створенні більш ефективних і цілеспрямованих маркетингових стратегій.

Також варто зазначити використання доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) у маркетингових комунікаціях. Ці технології дають можливість компаніям створювати іммерсивні досвіди для споживачів, залучаючи їх унікальними інтерактивними презентаціями та віртуальними турами, що робить комунікацію з брендом більш ефективною та пам'ятною.

Розвиток маркетингових комунікацій через ІТ-продукти має вирішальне значення для сучасного бізнесу, який прагне залишатися конкурентоспроможним і привертати увагу своєї аудиторії. Постійне вдосконалення знань і навичок для успішного впровадження ІТ у маркетинг є важливим. Фахівці з маркетингу повинні бути готові до постійних змін та інновацій у цифровому середовищі. Застосування технологій та використання ІТ-інструментів може значно покращити маркетингові зусилля компанії та допомогти їй залишатися попереду в постійно змінюваному ландшафті цифрового маркетингу [2].

Використання сучасних технологій у маркетинговій комунікаційній діяльності стає все більш важливим для компаній сучасного світу. Тренди в розвитку маркетингових комунікацій через ІТ продукти вказують на необхідність постійного вдосконалення стратегій, адаптації до новітніх технологій та зосередження на взаємодії з аудиторією шляхом персоналізації та інтерактивності. Використання цих трендів дозволить компаніям зберігати конкурентну перевагу та ефективно впливати на свою цільову аудиторію.

Але важливо пам'ятати, що класичні інструменти маркетингових комунікацій залишаються базисом для будь-якої стратегії маркетингу. Інновації допомагають розширити можливості та адаптувати діяльність до сучасних умов, але успішне поєднання класичних та інноваційних інструментів дозволяє компаніям ефективно діяти на ринку, залучати нових клієнтів, формувати позитивний імідж бренду та збільшувати обсяги продажів та прибуток.

Список використаних джерел

1. Білоусько Т. Інформаційні технології в маркетинговій діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. №53. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2660/2576> (дата звернення: 23.03.2024).
2. Мозгова Г.В., Хомутова О.О. Основні тенденції в розвитку маркетингових комунікацій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 21. С. 339-343.