

6. Галайда Т.О., Олешко К.В. Формування комплексної системи оцінювання персоналу на основі компетентнісного підходу. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. № 1(34). С. 61-68. URL : [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/34\\_2022/13.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/34_2022/13.pdf)

7. Кузьменко О.М. Значення та зміст системи компетенцій персоналу підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Дяля*. 2015. № 6. С. 94-37. URL : [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=VSUNU\\_2015\\_6\\_12](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=VSUNU_2015_6_12)

## **ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК КЛЮЧОВА ТОЧКА РОСТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Деділова Т.В., к.е.н., доцент*

*Красиля Д.О., здобувач вищої освіти на рівень PhD, ОНП «Економіка»  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Цифровий маркетинг – це не просто інструмент, він є підґрунтям стратегічного розвитку торговельного підприємства, дозволяючи йому насичувати свій онлайн простір та ефективно взаємодіяти з аудиторією. Ключові аспекти, які підкреслюють важливість цифрового маркетингу у стратегічному розвитку бізнесу, є наступними.

Завдяки цифровому маркетингу торговець може здобути глобальну видимість. Онлайн-простір не обмежується географічними рамками, що дозволяє привертати увагу клієнтів з усього світу.

Крім того, цифровий маркетинг дозволяє створювати деталізовані портрети цільової аудиторії і надсилати рекламу лише тим, хто є ймовірними покупцями, що, в свою чергу, оптимізує витрати та підвищує конверсію. Спрощений доступ до соціальних мереж та інших онлайн каналів сприяє активній взаємодії з клієнтами, а зворотний зв'язок і комунікація дозволяють швидко відреагувати на їхні потреби та вдосконалювати продуктові пропозиції. Через цифровий маркетинг підприємство може побудувати сучасний та інноваційний образ. Створення якісного контенту, участь у соціальних мережах та запровадження технологій формують позитивне сприйняття бренду [1].

Інструменти аналітики в цифровому маркетингу дозволяють отримувати вичерпні дані про ефективність кампаній, аналіз яких робить можливим виправлення стратегій та забезпечення стійкого росту. Також цифровий маркетинг надає можливість точно контролювати рекламні витрати. Зокрема, можна визначити, наскільки ефективно використовуються бюджетні кошти та коригувати їх розподіл для максимального результату.

Торговельні підприємства, які успішно впроваджують цифровий маркетинг, отримують конкурентну перевагу через більш ефективну привабливість клієнтів і оптимізацію процесів. Він дозволяє швидко

адаптуватися до змін в ринкових умовах та реагувати на нові тренди, що робить стратегічне планування більш гнучким та ефективним.

Отже, сьогодні цифровий маркетинг став необхідною складовою стратегічного розвитку торговельного підприємства, дозволяючи йому зростати, розширюватися та ефективно конкурувати в онлайн просторі.

Література:

1. Деділова Т. В., Сідельникова В. К. Актуальні напрямки маркетингу в умовах цифровізації. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2023. №30. С. 126-134. DOI: <http://dx.doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2023.30.126>.

## **ЦИФРОВА ЛОКАЦІЯ: ВПЛИВ ГЕОЗОННОГО МАРКЕТИНГУ НА СПОЖИВАЧА**

*Деділова Т.В., к.е.н., доцент  
Согомонян А.К., здобувач вищої освіти на рівень PhD, ОНП «Економіка»  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

З поглибленням цифровізації та розвитком локаційних технологій геозонний маркетинг виступає як новий етап в еволюції споживчого маркетингу, забезпечуючи компаніям надзвичайні можливості залучення та утримання клієнтів.

Геозонний маркетинг – це стратегія використання локаційних даних для персоналізації маркетингових зусиль. Відсутність прив'язки до місця обмежується, завдяки використанню геозон, що дозволяють визначити конкретні області для активізації маркетингових кампаній [1].

З використанням GPS, Bluetooth, NFC та інших технологій, геозонний маркетинг може точно визначати місцезнаходження користувачів, створюючи унікальні можливості для персоналізованих пропозицій та інтерактивних заходів. Він дозволяє створювати точні та персоналізовані кампанії. За допомогою точних даних про місцезнаходження можна адаптувати пропозиції та рекламу до конкретного контексту та інтересів споживачів.

За допомогою спеціальних пропозицій та знижок для користувачів, які перебувають у певних геозонах, компанії можуть значно підвищити конверсію та стимулювати покупки. Створення унікального контенту для користувачів, які перебувають у конкретних геозонах, сприяє залученню уваги та покращує сприйняття бренду.

Для роздрібних мереж геозонний маркетинг є ідеальним інструментом для привертання клієнтів, стимулювання продажів та підвищення відомості про бренд. Забезпечуючи споживачам персоналізовані пропозиції, геозонний маркетинг сприяє зручності та комфорту у процесі взаємодії з продуктами та послугами. Крім того, геозонний маркетинг дозволяє збирати деталізовану аналітику про поведінку клієнтів у конкретних географічних зонах, що надає