

*Деменцевич Анастасія*  
*студентка групи МАРК-31*  
*Західноукраїнський національний університет*  
*Науковий керівник: канд.екон.наук, доцент Іванечко Н.Р.*

## **ЧОМУ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГ ДЕДАЛІ БІЛЬШЕ ОБИРАЮТЬ, НІЖ ОФЛАЙН-МАРКЕТИНГ**

На теперішньому ринку маркетинг важливий як онлайн, так і офлайн. Однак ефективність онлайн-маркетингу часто перевершує офлайн-методи. Інтернет-маркетингу віддають перевагу більше ніж офлайн-маркетингу з різних причин, зокрема з його здатності охоплювати ширшу аудиторію, його економічній ефективності, його відстеженню та точності в націлюванні на конкретні демографічні групи.

Серед переваг онлайн-маркетингу перед офлайн-маркетингом можна виділити розширене залучення клієнтів. Онлайн-платформи дозволяють чітко і прямо спілкуватися з клієнтами. Сторінки захоплення фіксують інформацію про клієнтів, як-от імена та адреси електронної пошти, що полегшує постійне спілкування за допомогою електронних інформаційних бюлетенів або автоматичних повідомлень. Таке залучення було б дорожчим за традиційні маркетингові шляхи. Інтернет-маркетинг може бути набагато дешевшим, ніж офлайн-маркетинг. Не потрібно витратити гроші на оренду магазину, друк рекламних матеріалів або наймання продавців. Також інтернет-маркетинг легко відстежувати та вимірювати. Ви можете бачити, скільки людей переглядають ваші оголошення, вибирають їх і роблять покупки. Це дозволяє оптимізувати маркетингові кампанії та підвищити їх ефективність [1, с. 48].

Інтернет маркетинг значно розширює ринок діяльності підприємств. Через Інтернет-платформу підприємства можуть швидко охопити потенційних клієнтів у всьому світі та досягти міжрегіональних продажів. Вартість онлайн-маркетингу відносно низька. Порівняно з традиційною рекламою онлайн-реклама є більш економічно ефективною та точною, а також може ефективніше охопити цільову аудиторію. Крім того, онлайн-маркетинг надає велику кількість інтерактивних методів, що дозволяє компаніям спілкуватися зі споживачами в реальному часі, розуміти потреби та оптимізувати продукти та послуги. Онлайн-маркетинг може також точно оцінити маркетингові ефекти за допомогою аналізу даних і забезпечити надійну підтримку для прийняття корпоративних рішень [2, с. 112]. Таким чином, онлайн-маркетинг, безсумнівно, є важливим інструментом для розвитку сучасних підприємств і може принести величезну комерційну цінність підприємствам.

До того ж, цифровий маркетинг потребує менше ресурсів, ніж традиційні методи, уможливаючи пряме спілкування з клієнтами через доступні онлайн-платформи, такі як соціальні мережі та електронна пошта. Малі підприємства отримують значну перевагу в охопленні ширшої клієнтської бази онлайн. Доступ до мільйонів споживачів у всьому світі полегшується за невелику частку вартості порівняно з офлайн-методами. Використання методів

пошукової оптимізації (SEO) допомагає забезпечити першочергові позиції в результатах пошукової системи, залучаючи більше трафіку та охоплення.

Також, адаптація кампаній до певної аудиторії підвищує релевантність і рентабельність інвестицій, що є більш досяжним у цифровому маркетингу порівняно з широким демографічним націлюванням. Інтернет-маркетинг дозволяє чітко визначити цільову аудиторію та зосередити свої маркетингові зусилля на людях, які, швидше за все, зацікавлені у продуктах або послугах

Варто зазначити, що цифровий маркетинг дозволяє відстежувати ефективність кампанії в режимі реального часу за допомогою таких показників, як поширення, лайки, кліки, що полегшує ефективну оцінку та коригування на основі зворотного зв'язку, підвищуючи якість без додаткових витрат.

Більше того, різноманітні онлайн-інструменти відстеження дають змогу малим підприємствам ефективно розширювати свою клієнтську базу. Ці інструменти дають змогу зрозуміти джерело трафіку сайту, дозволяючи розподіляти рекламні бюджети для високоефективних пошукових систем. Крім того, підприємства можуть визначати популярні сторінки веб-сайтів і відповідно оптимізувати вміст, підвищуючи залучення потенційних клієнтів і коефіцієнти конверсії [3, с. 81].

Інтернет-маркетинг дуже зручний як для підприємств, так і для їх клієнтів. Клієнти можуть купувати продукти чи послуги, не виходячи з дому, а власники можуть керувати своїми маркетинговими кампаніями з будь-якого місця. Завдяки таким платформам, як Google Adwords і реклама в соціальних мережах, цифровий маркетинг пропонує високу рентабельність інвестицій навіть за обмежених бюджетів, охоплюючи ширшу аудиторію, ніж традиційні методи.

Цифровий маркетинг сприяє підвищенню лояльності клієнтів завдяки інтерактивному досвіду та інтеграції в соціальні мережі, полегшуючи обмін інформацією та рекомендації. Це надає повну інформацію про продукт через веб-сайти, включаючи зображення, описи та ціни. Також ефективні відеоописи, що висвітлюють переваги товару. Ця інформація залишається легкодоступною після просування продуктів в Інтернеті, усуваючи потребу у дорогих офлайн-матеріалах [4, с. 37].

Отже, слід зазначити, що використання методів цифрового маркетингу дає можливість власникам бізнесу розширювати охоплення, освоювати нові ринки та надавати своїм клієнтам першокласні продукти та послуги, сприяючи таким чином зростанню та успіху бізнесу.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Smith, J. (2020). The Importance of Online Marketing in Today's Market. \*Marketing Insights\*, С 45-56.
2. Brown, A. (2019). The Advantages of Digital Marketing over Traditional Marketing. \*Journal of Marketing Research\*, С 102-115.
3. Johnson, R. (2021). Enhancing Customer Engagement through Online Platforms. \*Digital Marketing Review\*, С 77-89.
4. White, S. (2018). Measuring the Effectiveness of Online Marketing Campaigns. \*Journal of Digital Advertising\*, С 32-41.