

АДАПТИВНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ТРЕНД СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ БРЕНДУ

Мінливість ринку, зумовлена геополітичними подіями та економічними факторами, змушує українських маркетологів бути готовими до швидкого реагування на зміни та коригування планів у відповідь на них. Різноманіття цільової аудиторії вимагає створення маркетингових кампаній, які б резонували з кожним сегментом. Стрімкий розвиток технологій спонукає до використання нових інструментів та платформ для охоплення цільової аудиторії.

З часів пандемії COVID-19 українському бізнесу досі не доводилося настільки швидко змінювати маркетингові стратегії, оптимізувати інструменти та бюджети. Вміння адаптуватися до нових реалій стало ключовою компетенцією сучасного бізнесу, коли великі гравці ринку не просто пристосовуються до змін, а й переосмислюють їх, бачать інтенти й закривають наявні запити споживачів [1].

Сучасний український ринок динамічний та мінливий, що робить адаптивний маркетинг не просто корисною стратегією, а й нагальною потребою для успішного ведення бізнесу. Цей підхід ґрунтується на розумінні, що потреби та вподобання клієнтів постійно змінюються, а отже й маркетингові кампанії та меседжі мають бути динамічними та гнучкими, щоб їм відповідати. Впровадження принципів адаптивного маркетингу адаптивний маркетинг передбачає розуміння контексту, вміння прислухатися до клієнтів і бути гнучким перед обличчям мінливих тенденцій та викликів [2].

Адаптивний маркетинг в комунікаціях з клієнтами вимагає від компаній бути на хвилі постійних змін та використовувати цифрові інструменти для збору даних про поведінку та запити своєї аудиторії. Це дозволяє маркетологам швидко адаптувати свої повідомлення та рекламні кампанії, забезпечуючи високу релевантність та особистісний підхід у взаємодії з кожним клієнтом. Адаптивний маркетинг також сприяє більш ефективному використанню ресурсів, оскільки дозволяє зосередитися на тих каналах та стратегіях, які приносять найкращі результати. У результаті, компанії, які впроваджують адаптивний підхід у своїх маркетингових зусиллях, можуть краще відповідати на динамічні зміни ринку та збудувати міцніші відносини зі своїми клієнтами.

В умовах невизначеності бізнес-середовища та мінливості поведінки споживачів саме адаптивність дозволяє маркетинговим кампаніям швидко адаптуватися до нових умов, зберігаючи ефективність комунікації з клієнтами, незважаючи на зовнішні виклики.

Огляд ключових трендів розвитку маркетингу дозволив виокремити напрямки забезпечення адаптивності маркетингу сучасного бізнесу в нових реаліях господарювання [1; 2]:

1. Короткострокове планування – відіграє ключову роль у контексті адаптивного маркетингу, адже забезпечує гнучкість, яка є необхідною для успішного ведення бізнесу в динамічному середовищі.

Швидка реакція на зміни дозволяє коригувати маркетингові кампанії та стратегії. Короткі цикли планування та реалізації дозволяють проводити тестування та оптимізацію різних маркетингових підходів, каналів та меседжів, щоб визначити найефективніші з них, що зменшує інвестиції та робить кампанії більш результативними. Мінімізація ризиків – ще одна важлива перевага короткострокового планування. Завдяки можливості вносити корективи вчасно, маркетологи можуть уникати значних втрат ресурсів у разі невдалих маркетингових кампаній.

Важливо розуміти, що короткострокове планування не повинно замінювати довгострокової стратегії, навіть в умовах швидких змін. Воно має доповнювати її, забезпечуючи гнучкість та адаптивність, необхідні для успішного ведення маркетингу в динамічному середовищі.

2. Регулярний аналіз ринку дає маркетологам доступ до найактуальнішої інформації про потреби та вподобання споживачів, тренди ринку, дії конкурентів та інші важливі фактори. Це дозволяє тримати руку на пульсі, приймати обґрунтовані рішення та розробляти маркетингові кампанії, які дійсно будуть сприйняті аудиторією. Таким чином можна швидко помітити нові тренди та зміни в поведінці споживачів, що дозволить компанії не втрачати актуальність та залишатися на крок попереду конкурентів. Регулярний аналіз ринку також допомагає маркетологам виявляти потенційні ризики та загрози, а також вживати превентивних заходів.

3. Врахування ситуативних змін у споживчих уподобаннях та настроях. Бренд, якщо він націлений на довгострокове існування, має відштовхуватися від того, що хвилює покупців — цінності та мотиви, драйвери та бар'єри, актуальні задачі та виклики.

Завдяки розумінню цільової аудиторії бренди можуть чітко доносити інформацію про свої продукти та послуги, обираючи правильні канали комунікації та мову, яка буде близька та зрозуміла для споживачів. Бренди можуть впровадити персоналізовану комунікацію зі своїми клієнтами, зокрема через соцмережі чи e-mail маркетинг, що сприятиме підвищенню лояльності та прихильності до бренду. Також важливо слідкувати за настроями споживачів, враховуючи новинний контекст подій. При необхідності змінити тональність комунікації, аби не спровокувати негатив, а деколи можна додати простору в ToV, бо споживач оцінить гумор, з яким бізнес долає труднощі.

4. Покращувати користувацький досвід із брендом на різних платформах та пристроях шляхом забезпечення присутності компанії на тих платформах, якими користується цільова аудиторія. Це можуть бути як соціальні мережі, такі маркетплейси, у залежності від ніші компанії.

На сучасному ринку, що стрімко розвивається, де поведінка споживачів зазнає постійних трансформацій, значення адаптивних маркетингових стратегій важко переоцінити. Адаптивність маркетингу в сучасному бізнесі генерує здатність компанії швидко й гнучко реагувати на будь-які виклики та

використовувати нові можливості для зростання та розвитку, що особливо важливо в динамічному та мінливому світі, де технології, економічні умови та геополітична ситуація постійно змінюються.

Список використаних джерел:

1. Кашина Марія Digital marketing 2023: очікування та прогнози. Блог, Promodo. Грудень, 2022. URL: <https://www.promodo.ua/blog/digital-marketing-2023-ochikuvannya-ta-prognozi> (дата звернення: 24.04.2024).

2. Як адаптувати маркетингові стратегії в умовах мінливої поведінки клієнтів? Блог, ANT Media. Листопад, 2023. URL: <https://www.theantmedia.com/post/yak-adaptuvati-marketingovi-strategiyi-v-umovah-minlivogo-spozhyvchogo-seredovishcha> (дата звернення: 24.04.2024).