

Використання цифрового маркетингу в стартапах: переваги та виклики

*Анастасія Павлова,
здобувачка III курсу, гр. МЕН-22,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: PavlovaAO@krok.edu.ua*

*Науковий керівник:
Ірина Мала,
старший викладач кафедри маркетингу та поведінкової економіки,
старший викладач кафедри упралінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: IrynaMB@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-00030773-5336*

Актуальність дослідження. Актуальність теми обумовлена стрімким розвитком цифровізації, у результаті чого цифровий маркетинг став одним із найважливіших інструментів для залучення аудиторії та поширення інформації. Для стартапів він дає можливості для швидкого освоєння ринку, ефективної взаємодії з аудиторією та раціонального використання обмежених ресурсів. Водночас, використання цифрового маркетингу супроводжується низкою викликів, таких як висока конкуренція, швидкі зміни тенденцій і потреба в постійному впровадженні нових технологій. Таким чином, дослідження цієї теми є важливим для забезпечення успішного функціонування стартапів, їх розвитку та підтримання конкурентоспроможності на ринку.

Об'єктом дослідження є використання цифрового маркетингу в стартапах.

Предметом дослідження є переваги та виклики використання цифрового маркетингу в стартапах.

Метою дослідження є виявити та проаналізувати ключові переваги та виклики, з якими стикаються стартапи при використанні цифрового маркетингу.

Для здійснення даної мети необхідно виконати наступні завдання: дослідити теоретичні аспекти цифрового маркетингу; виявити основні інструменти цифрового маркетингу; проаналізувати особливості використання цифрового маркетингу в стартапах; виділити основні переваги та виклики використання цифрового маркетингу з якими стикаються стартапи;

Інформаційна база дослідження. В процесі дослідження була використана наукова література вітчизняних науковців Бондаренко В. та Омеляненко О. [1], які виклали у своїй роботі основні переваги та недоліки цифрового маркетингу. Також було досліджено профільні публікації міжнародних компаній, які спеціалізуються на цифровому дизайні та технологіях, а саме, американська компанія Adobe [2] та міжнародна платформа Designrush [3], які дослідили особливості використання цифрового маркетингу в стартапах. Було здійснено аналіз публікації міжнародного агентства з цифрового маркетингу —NinjaPromo [4], в якій викладено план для використання цифрового маркетингу та його інструментів в стартапах.

Методологія дослідження. У роботі використовувалися такі методи, як

аналіз наукових та профільно-публіцистичних джерел, зіставлення, порівняння, статистичний аналіз, опис.

Етапи та результати дослідження. На першому етапі дослідження здійснювали аналіз наукових та публіцистичних джерел, щодо визначення основних характеристик та інструментів цифрового маркетингу, серед яких є таргетована реклама, пошукова оптимізація та інші.

На другому етапі дослідження нами було виявлено основні платформи просування для цифрового маркетингу, а також платформи для вимірювання його ефективності, наприклад, Google Analytics. Також було виділено та проаналізовано основні переваги та виклики цифрового маркетингу з якими часто стикаються стартапи.

Цифровий маркетинг є потужним інструментом для стартапів, який дозволяє досягти швидкого зростання впізнаваності на ринку та формування бренду. Завдяки правильно підібраним інструментам і стратегії, навіть невеликі компанії, як стартапи, можуть конкурувати з великими гравцями на ринку. Головними інструментами цифрового маркетингу є: пошукова оптимізація (SEO), соціальні мережі, веб-сайт, контекстна реклама, Email-маркетинг, контент-маркетинг, таргетована реклама, інфлюенсер-маркетинг, а також платна реклама на провідних соціальних платформах, як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn та TikTok [1,2].

На відміну від традиційних каналів маркетингу, цифровий маркетинг характеризується більш низькими початковими інвестиціями. Це пов'язано з доступністю безкоштовних інструментів та гнучкими тарифами для платних сервісів. Крім того, цифрові канали дозволяють більш точно вимірювати ефективність маркетингових кампаній та оперативно вносити необхідні корективи [1].

Цифровий маркетинг забезпечує значно вищий рівень вимірювання ефективності порівняно з традиційними каналами. Для вимірювання ефективності цифрового маркетингу використовуються різноманітні аналітичні платформи та інструменти, серед найбільш популярних можна виділити: Google Analytics, Facebook Ads, SendPulse. Деталізована аналітика дозволяє відстежувати кожну взаємодію користувача з брендом, що значно спрощує оцінку рентабельності інвестицій (ROI) маркетингових кампаній та оптимізацію стратегій [3,4]. Крім того це дозволяє таргетувати аудиторію та доставляти їй релевантний контент, завдяки чому можна досягти більш високих показників конверсії. Так, наприклад, якщо традиційні методи маркетингу мають в середньому лише 1,7% конверсії, то цифровий маркетинг демонструє значно вищі показники – до 9,9% [2]. Це пояснюється тим, що цифрові інструменти дозволяють досягати саме тієї аудиторії, яка найбільш схильна до покупки даних продуктів або послуг.

Іншою перевагою цифрового маркетингу є різноманітність типів контенту, які можна застосовувати, наприклад: пости в соціальних мережах, візуальний контент, блоги, подкасти, електронні листи, вебінари та інші. Кожен тип контенту має свої особливості та дозволяє вирішувати різні маркетингові

завдання. Регулярні публікації, що поєднують тексти, відео та візуали, не тільки підвищують впізнаваність бренду, але й дозволяють охопити ширшу аудиторію, ефективно доносячи цінність продукту або послуги [4]. І, нарешті, багато типів контенту можна створювати внутрішніми силами, що дозволяє оптимізувати маркетингові витрати стартапу.

Тобто основними перевагами цифрового маркетингу для стартапів є його доступність, гнучкість, вимірюваність, відносно низька вартість, залученість аудиторії та швидкість розповсюдження інформації.

Проте цифровий маркетинг, незважаючи на свої очевидні переваги, ставить перед стартапами низку специфічних викликів. Обмежені ресурси, висока конкуренція, постійні зміни алгоритмів і технологій ускладнюють розвиток молодих компаній. Одним із ключових викликів є необхідність постійного навчання та адаптації до нових трендів. Стартапи часто мають обмежені бюджети на маркетинг, що вимагає ретельного планування та вибору найбільш ефективних каналів просування. Крім того, молодим компаніям важко конкурувати за увагу аудиторії з великими корпораціями, які мають значні маркетингові бюджети. Вибір правильних інструментів і метрик для вимірювання ефективності також є складним завданням, оскільки стартапи часто не мають достатнього досвіду в цій сфері.

Практична значущість результатів дослідження. Результатом дослідження нами було виявлено характерні особливості цифрового маркетингу та його інструменти, такі як: таргетована реклама, інфлюенсер-маркетинг, контент-маркетинг та інші. Було проаналізовано переваги цифрового маркетингу серед яких можна виділити доступність, гнучкість та відносно низьку вартість, а також недоліки, наприклад, постійна потреба в адаптації й вдосконаленні алгоритмів при можливій відсутності досвіду чи знань в цій галузі. Дане дослідження допоможе сформуванню базових знань про використання цифрового маркетингу в стартапах та його особливості.

Ключові слова: цифровий маркетинг, стартап, SEO контент-маркетинг, аналітика.

Список використаних джерел

1. Бондаренко В., Омеляненко О. Цифровий маркетинг сьогодення: переваги та недоліки *Економіка та суспільство*, 2024 (67). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-3> (дата звернення: 18.11.2024)
2. Adobe Experience Cloud Team: 9 benefits of digital marketing. URL: <https://business.adobe.com/blog/basics/digital-marketing-benefits> (дата звернення: 23.11.2024)
3. Designrush: The Ultimate Guide to Digital Marketing for Startups. URL: <https://www.designrush.com/agency/digital-marketing/startups/trends/digital-marketing-for-startups> (дата звернення: 23.11.2024)
4. Ninja Promo: The Ultimate Guide to Digital Marketing for Startups for 2024. URL: <https://ninjapromo.io/the-ultimate-guide-to-digital-marketing-for-startups> (дата звернення: 24.11.2024)