

# ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІТ- КОМПАНІЯХ

Вінницький національний технічний університет

**Анотація.** У статті проаналізовано особливості інтернет-маркетингу в ІТ-компаніях та обґрунтовано потребу у впровадженні сучасних цифрових технологій задля підвищення ефективності рекламних кампаній. Визначено основні напрями інновацій у маркетинговій діяльності та підкреслено важливість персоналізованого підходу, аналітики поведінки користувачів, автоматизації процесів. Розглянуто переваги використання Big Data, CRM-систем, алгоритмів машинного навчання та платформ цифрової реклами.

**Ключові слова:** інтернет-маркетинг, ІТ-компанії, цифрові технології, big data, SEO, штучний інтелект, автоматизація, аналітика.

**Abstract.** The article analyzes the features of internet marketing in IT companies and substantiates the need to implement modern digital technologies to increase the effectiveness of promotional campaigns. The main areas of innovation in marketing activities are identified, with an emphasis on personalized approach, user behavior analytics, automation. The advantages of using Big Data, CRM systems, machine learning algorithms, and digital advertising platforms are examined.

**Keywords:** internet marketing, IT companies, digital technologies, big data, SEO, artificial intelligence, automation, analytics.

## Вступ

У цифрову епоху, де онлайн-комунікація домінує над традиційними каналами, інтернет-маркетинг стає не просто корисним інструментом, а необхідною умовою виживання і розвитку ІТ-компаній [1]. Постійне зростання конкуренції на ринку інформаційних технологій вимагає гнучкого й адаптивного підходу до просування продуктів та послуг, орієнтованого на швидке реагування на зміни в поведінці споживачів.

Сучасні технології дозволяють автоматизувати більшість маркетингових процесів, мінімізувати людський фактор і забезпечити глибоку персоналізацію контенту. Саме інтеграція таких інструментів як Big data, AI, хмарні сервіси та аналітичні платформи дозволяє ІТ-компаніям отримати конкурентні переваги.

## Результати дослідження

Інтернет-маркетинг охоплює широкий спектр інструментів, зокрема: контекстну рекламу, SEO-оптимізацію, SMM, email-маркетинг, контент-стратегії, партнерські програми тощо. В ІТ-сфері, де цільова аудиторія часто складається з високотехнологічних користувачів, ефективність традиційних методів просування зменшується, і на перший план виходять технологічно просунуті підходи.

До ключових напрямів підвищення ефективності інтернет-маркетингу в ІТ-компаніях належать:

- **Використання big data** — для глибокої сегментації аудиторії, побудови моделей поведінки та прогнозування попиту.
- **Автоматизація маркетингових кампаній** — впровадження сценаріїв розсилок, автоворонок продажів, інтеграція з CRM.
- **Штучний інтелект і ML** — для генерації персоналізованих рекомендацій, динамічного таргетингу та обробки зворотного зв'язку в реальному часі.
- **Аналітичні платформи** — Google Analytics, Facebook Pixel, Power BI тощо, які забезпечують глибокий аналіз KPI, ROI, поведінкових патернів.

- **Хмарні сервіси для колаборації** — дозволяють злагоджено управляти кампаніями в різних командах та регіонах.

Крім технологічних інструментів, важливою складовою ефективного інтернет-маркетингу є аналітичне мислення та стратегічне планування. Успіх кампаній дедалі більше залежить від уміння адаптувати стратегії до мінливого цифрового середовища, тестувати гіпотези, працювати з воронками прийняття рішень та розуміти психографічні характеристики цільових аудиторій. Зростає роль гнучких підходів — Agile-маркетингу, швидких ітерацій, використання даних у реальному часі для прийняття рішень. Також спостерігається тенденція до інтеграції маркетингу з продуктовою розробкою, що дозволяє створювати ціннісні пропозиції, побудовані на реальних потребах користувачів. Усе це вимагає від маркетологів не лише технічних навичок, а й міждисциплінарної експертизи — у сфері даних, поведінкової економіки, UX-дизайну та управління проектами. Таким чином, інтернет-маркетинг стає не лише інструментом комунікації, а центральним елементом цифрової бізнес-стратегії.

### Висновки

Інтернет-маркетинг для ІТ-компаній — це не лише інструмент продажу, а й засіб формування довгострокових відносин із клієнтами та побудови позитивного іміджу на ринку. Успішна реалізація сучасних маркетингових стратегій неможлива без інтеграції новітніх технологій: AI, big data, автоматизації, CRM-систем і гнучких платформ управління рекламою.

Застосування таких підходів дозволяє:

- скоротити витрати на залучення клієнтів (CAC);
- підвищити коефіцієнти конверсії;
- ефективніше утримувати наявних користувачів;
- оперативно реагувати на зміни ринку.

Отже, впровадження інноваційних технологій у систему інтернет-маркетингу — це стратегічний крок, що забезпечує ІТ-компаніям стабільне зростання, масштабованість та адаптивність до цифрових викликів майбутнього.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Козлов І. Цифровий маркетинг в ІТ-секторі // *Маркетинг та цифрові комунікації*. 2023. № 2. С. 58–65.
2. Ткаченко Н. Інноваційні підходи до управління маркетингом в умовах цифровізації // *Бізнес Інформ*. 2022. № 4. С. 134–140.
3. Петренко А. Використання big data в інтернет-маркетингу // *Економіка і управління*. 2024. № 5. С. 101–108.
4. Мельник О. Роль AI у формуванні маркетингових стратегій ІТ-компаній // *Інформаційне суспільство*. 2023. Т. 1, № 22. С. 93–98.
5. Чорний В. Аналітика поведінки споживачів в умовах цифрової трансформації // *Економічна стратегія*. 2022. № 3. С. 47–55.

**Міронова Юлія Володимирівна** — канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет.

**Камінський Василь Юрійович** — студент групи MIT-21B, факультет менеджменту інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: [goayg.03@gmail.com](mailto:goayg.03@gmail.com)

**Mironova V. Yuliia** — candidate of economy Sciences, Associate Professor of the Department of Information Systems Management and Security, Vinnytsia National Technical University.

**Kaminskiy Y. Vasyl** — student of MIT-21B group, Faculty of Information Security Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [goayg.03@gmail.com](mailto:goayg.03@gmail.com)