

ПАЗЮРА Н. В., здобувач вищої освіти Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

СМАГІНА А. С., здобувач вищої освіти Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ГАВРИШ Ю. О., PhD, старший викладач? Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

МАРКЕТИНГ: ОСНОВНІ ТРЕНДИ 2021 РОКУ

З кожним роком маркетингові стратегії стають усе складнішими та ефективнішими, поєднуючи найновіші способи залучення нових та втримання старих клієнтів. Неможливо передбачити, як розвиватиметься маркетинг, але очевидним є одне – він продовжуватиме відігравати значну роль у роботі будь-якої організації. При цьому одними із трендів 2021 року стали такі:

1. **Онлайн-події.** Інвестиції у проведення онлайн-подій, таких як вебінари, конференції та семінари, були досить поширеними. Вони є хорошим способом представлення споживачам (у тому числі потенційним) усієї необхідної інформації щодо продуктів та послуг;

2. **Діджиталізація.** Перехід багатьох сфер людського життя в електронний формат є невідворотнім явищем. Потреба створення умов для оптимізації робочого процесу компаній та покращення інформування споживачів щодо спектру пропонованих товарів та послуг є першочерговими [1];

3. **Мінімалізм у рекламі.** У сучасному житті інтернет-простір переповнений інформацією, а тому надмірне нагромадження клієнтів ще більшими її обсягами не принесе бажаного результату. Створення мінімалістичної реклами, що коротко передає найголовнішу інформацію про товари чи послуги, було і лишається ефективним способом інформування про компанію та її продукцію;

4. **Персоналізація.** Традиційна реклама втрачає свою ефективність, життя сучасного споживача нею переповнене. Найпростішим рішенням є персоналізація маркетингових повідомлень та звернень до клієнтів для створення реального зв'язку між ними та брендом [2];

5. **Conversational marketing.** Розмовний маркетинг – це новий спосіб підвищення якості обслуговування клієнтів, який полягає у безпосередньому спілкуванні між компанією та споживачем, під час якого він сам визначає для себе інформацію, яку хоче отримати. Прикладом розмовного маркетингу є використання чат-ботів [3];

6. **Push-повідомлення.** Одним з ефективних маркетингових інструментів вважаються push-повідомлення – невеликі повідомлення, які відображаються на екрані пристрою. З їх допомогою користувачі дізнаються про нові пропозиції, знижки тощо [4];

7. **Автоматизація на основі штучного інтелекту.** За допомогою штучного інтелекту можна контролювати та керувати рекламним процесом, створювати зворотний зв'язок, аналізувати процес просування та надавати користувачам нові пропозиції. Така форма реклами може адаптуватися до багатьох факторів;

8. **Відповідальне споживання: екологія.** За останні роки тренд піклування про екологію набув світових масштабів, адже кожен дбає про свій імідж в суспільстві. Його метою є завоювання прихильності споживачів і партнерів, дбаючи про навколишнє середовище [4];

9. **Оmnіканальність.** Спілкування з клієнтами не лише через головну сторінку компанії, а й через соціальні мережі покращує їхній досвід взаємодії з брендом. Розвиток більшої кількості каналів зв'язку із споживачами є одним із кроків у здобутті їхньої лояльності.

Аналіз трендів 2021 року має ключове значення для створення нових маркетингових стратегій на майбутнє, адже незалежно від мінливості всіх тенденцій у способах залучення та утримання клієнтів незмінним лишається потреба у розумінні своєї аудиторії [5]. У цей час варто приділити увагу маркетинговим рішенням, які можуть бути популярними у 2022 році:

- a) Відеомаркетинг (представлення товару чи послуги з допомогою відео);
- b) Створення унікального та якісного контенту (допомагає налагодити зв'язок між клієнтами та компанію на усіх рівнях та привернути увагу до компанії);
- c) Омніканальність (створення нових каналів зв'язку не втратить своєї актуальності і в 2022 році);
- d) Інновації та покращення товару/послуг;
- e) Аналіз даних та показників для прийняття рішень, що матимуть значний вплив на підприємство;
- f) Акцентування на потребах споживачів (замінити нав'язування свого товару на задоволення потреб своєї цільової аудиторії) [6].

Список літератури

1. 15 Top Marketing Trends To Keep An Eye On In 2021. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/01/27/15-top-marketing-trends-to-keep-an-eye-on-in-2021/?sh=5b4412582a5e> (дата звернення : 18.12.2021).
2. The Top 10 Marketing Trends You Need To Adopt in 2022. URL: <https://bettermarketing.pub/the-top-10-marketing-trends-you-need-to-adopt-in-2022-7566ea6c5920> (дата звернення : 18.12.2021).
3. What is Conversational Marketing. URL: <https://www.giosg.com/blog/what-is-conversational-marketing> (дата звернення : 18.12.2021)
4. 7 причин для використання мобільних push-повідомлень. URL: <https://esputnik.com/uk/blog/7-prichin-dlya-vikoristannya-mobilnih-push-povidomlen> (дата звернення : 18.12.2021).

5. Top digital marketing trends and predictions for 2022. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-gb/consumer-insights/consumer-trends/latest-digital-marketing-trends-2022/> (дата звернення : 18.12.2021).

6. 7 трендов маркетинга, которые определяют успех в 2022 году. URL: <https://mmr.ua/show/7-trendov-marketinga-kotorye-opredelyat-uspeh-v-2022-godu> (дата звернення : 21.12.2021).