

УДК 330.675

Тікан Т.В., здобувач освіти
Шіковець К.О., науковий керівник, к.е.н., доц.
Київський національний університет
технологій та дизайну

АКТУАЛЬНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасне бізнес-середовище вимагає від торговельних підприємств не лише збереження конкурентоспроможності, але й постійного підтвердження своєї актуальності та готовності адаптуватися до непередбачених змін. В умовах стрімких технологічних інновацій, змін в споживчому підході та росту соціальної свідомості, маркетинг торговельних підприємств стає важливішим і складнішим завданням.

Засоби штучного інтелекту, аналіз даних, віртуальні технології та інші інноваційні рішення стають необхідними компонентами успішної маркетингової стратегії.

Дослідження актуальних трендів розвитку маркетингу торговельних підприємств має велике значення для компаній та маркетологів. Розглянемо тренди, які впливають на маркетинг у сучасному світі.

1. Персоналізація та індивідуалізація маркетингових стратегій стають ключовими факторами успіху для торговельних підприємств. Сучасні споживачі дедалі більше очікують персоналізованих пропозицій та індивідуального підходу від брендів. Згідно з дослідженням Deloitte, 80% споживачів більш схильні купувати у компаніях, які надають персоналізований досвід. Це вимагає від маркетологів розвитку інтелектуальних систем аналізу даних для ефективної сегментації аудиторії та створення індивідуальних пропозицій. [1].

2. Зростання впливу відео-контенту є однією з ключових тенденцій у сфері маркетингу торговельних підприємств. Відео-контент стає все більш популярним серед споживачів і відіграє важливу роль у формуванні їх уявлень та прийнятті рішень. Згідно з прогнозом Cisco, контент складатиме понад 82% всього Інтернет-трафіку [2]. Ця статистика свідчить про те, що відео-контент має великий потенціал для залучення уваги споживачів та побудови з ними ефективного взаємодії. Така тенденція змушує торговельні бренди активно інвестувати в створення якісного відео-контенту та розвиток відео-маркетингових стратегій. Привабливі відео-ролики дозволяють підприємствам привертати увагу цільової аудиторії, показуючи переваги своїх товарів чи послуг і створюючи емоційний зв'язок з клієнтами. Таким чином, відео-контент відіграє стратегічно важливу роль у маркетингових зусиллях торговельних підприємств, допомагаючи їм збільшувати свою видимість та залучати нових клієнтів.

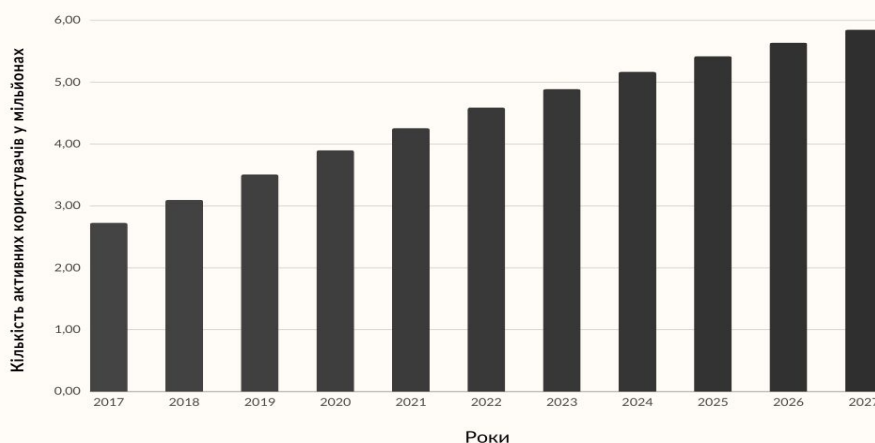
3. Використання інтерактивних технологій та віртуальної реальності у маркетингових стратегіях торговельних підприємств набуває зростаючого значення. Практика показує, що інтерактивні технології та використання віртуальної реальності здатні створювати нові форми взаємодії між споживачами та брендами, що є ключовим для ефективного маркетингу торговельних підприємств. Згідно з дослідженням PwC, понад 60% споживачів виявляють перевагу брендам, які забезпечують можливість взаємодії з продуктами через віртуальну або доповнену реальність [3]. Це відкриває нові можливості для маркетологів торговельних підприємств у створенні інноваційних та захоплюючих віртуальних досвідів для споживачів, що сприяє підвищенню зацікавленості та залученню уваги до продуктів і брендів.

4. Зростання значення екологічності та сталого розвитку є однією з найактуальніших тенденцій у сфері маркетингу торговельних підприємств. Сучасні споживачі стають все більш освіченими та відповідальними у виборі продуктів і послуг, активно звертаючи увагу на екологічний відбиток брендів. Згідно з дослідженням Social Media Trends, більше половини споживачів у світі вважають екологічну відповідальність бренду важливою для своїх покупок [4]. Це свідчить про те, що споживачі активно дбають про довкілля та шукають продукти та послуги, які не завдають шкоди природі.

Для торговельних підприємств це означає не лише необхідність просування екологічно чистих товарів і послуг, але й впровадження екологічних практик у власний бізнес. Маркетологи повинні активно комунікувати зі споживачами про екологічні ініціативи підприємства, підкреслюючи їх важливість для збереження природних ресурсів та підтримки екологічного способу життя. Розвиток сталої маркетингової стратегії є не лише етичним обов'язком, але й ключовим чинником успіху для торговельних підприємств у сучасному конкурентному середовищі.

5. Використання маркетингу в соціальних мережах є однією з найбільш визнаних тенденцій у сучасному маркетинговому середовищі.

Кількість користувачів соціальних мереж у всьому світі з 2017 по 2027 рік



Згідно з дослідженнями, кількість користувачів соціальних мереж перевищує 4 мільярди, що підтверджує важливість цього каналу комунікації для брендів і споживачів. Споживачі все частіше використовують соціальні медіа для отримання інформації про товари та послуги, а також для взаємодії з брендами [5].

У сучасному бізнес-середовищі торговельним підприємствам стикаються з необхідністю постійної адаптації до швидко змінюючихся умов ринку. Дослідження актуальних трендів у маркетингу виявляє ключові напрямки, які вимагають уваги та впровадження новаторських рішень. Персоналізація стратегій, використання відео-контенту, інтерактивних технологій, звернення до екологічності та активна присутність у соціальних мережах - усі ці аспекти є важливими складовими успішного маркетингу в сучасному світі. Адаптація до цих трендів дозволяє підприємствам не лише зберігати конкурентоспроможність, а й забезпечує розвиток та побудову стійких відносин з клієнтами у динамічному бізнес-середовищі.

Література

1. Deloitte. (2021). Персоналізація на масштабі: перемога в епоху персоналізації. Отримано з <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/retail-distribution/personalization-at-scale-consumer.html>.
2. Cisco. (2022). Прогноз та тенденції Cisco Visual Networking Index, 2017–2022. Отримано з chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cloud.report/Resources/Whitepapers/eea79d9b-9fe3-4018-86c6-3d1df813d3b8_white-paper-c11-741490.pdf.
3. PwC. (2023). Що є найважливішим: взаємодія з цифровими споживачами. Отримано з <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2021/future-of-consumer-markets-ukr.pdf>.
4. Social Media Trends. (2022). Тренди споживачів 2024 року: звіт про тренди Social Media Trends. Отримано з <https://mediamaker.me/z-uvagoyu-do-platform-ta-shtuchnogo-intelektu-porady-vid-hootsuite-yak-praczuvaty-z-soczmerezhamy-2024-roku-6617/>.
5. Statista. (2022). Кількість користувачів соціальних мереж по всьому світу з 2017 по 2027 рік. Отримано з <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.