

Ілля О. Веселий

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЦИФРОВИХ БАНКІВ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОСИЛЕНОЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ

Конкурентоспроможність цифрових банків у банківській системі України значно зросла в умовах посиленої цифровізації, що обумовлює необхідність адаптації маркетингових стратегій для збереження ринкових позицій таких фінансових установ. Зокрема, цифрові банки активно використовують інноваційні маркетингові підходи для залучення клієнтів і підвищення своєї привабливості в умовах розвитку фінансових технологій. Дослідження спрямоване на визначення ключових особливостей упровадження технологій цифрового маркетингу в діяльність цифрових банків з метою підвищення їх конкурентоспроможності. В процесі аналізу були використані різні методи, такі як аналіз, синтез, узагальнення та системний підхід для дослідження і виокремлення сучасних особливостей цифрового маркетингу цифрових банків. В даному дослідженні автором систематизовано принципи цифрового маркетингу цифрових банків, які забезпечують їхню конкурентоспроможність в умовах посиленої цифровізації. Виокремлено ключові принципи, зокрема воронка залучення клієнтів, яка дозволяє ефективно керувати етапами взаємодії з потенційними клієнтами; А/В-тестування, що допомагає оптимізувати маркетингові кампанії; персоналізація через розвиток бренда за допомогою його керівника, що створює більш глибокий емоційний зв'язок з клієнтами та інтеграція багатоканальних комунікацій для покращення взаємодії з клієнтами. Також в ході дослідження були виділені основні технології цифрового маркетингу, які застосовують сучасні цифрові банки України. Зокрема, наголошено на використанні штучного інтелекту і машинного навчання, соціальних мереж, мобільних додатків, чат-ботів, віртуальної та доповненої реальності і інших цифрових платформ для створення більш персоналізованих і інтерактивних взаємодій з клієнтами. Отримані результати дослідження мають практичне значення і можуть бути використані як основа для розробки і впровадження ефективних маркетингових стратегій, що враховують сучасні тенденції та технології цифрового маркетингу.

**Ключові слова:** посилена цифровізація, штучний інтелект, машинне навчання, персоналізація, віртуальна реальність, соціальні мережі, А/В тестування