

## ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Встановлено, що у сучасному світі цифрові технології стали не просто додатковим інструментом розвитку бізнесу, а однією з головних умов його конкурентоспроможності. Зазначено, що цифрові технології проникають у всі сфери економічної діяльності, змінюють форми взаємодії між виробником і споживачем, впливають на методи комунікації, способи продажів, принципи аналізу ринку та логіку прийняття управлінських рішень. Відмічено, що особливо помітними ці зміни є у сфері маркетингу, яка завжди була чутливою до нових каналів поширення інформації, змін у поведінці споживачів та розвитку комунікаційних засобів. Доведено, що якщо ще кілька десятиліть тому маркетинг асоціювався насамперед із рекламою на телебаченні, у друкованій пресі, на радіо чи зовнішніх носіях, то сьогодні його основні процеси дедалі більше переміщуються у цифрове середовище. Обґрунтовано, що цифрові технології суттєво змінили не лише технічний інструментарій маркетингової діяльності, а й саму її сутність. Саме вони перетворили маркетинг із системи переважно одностороннього впливу на систему постійної взаємодії з аудиторією, у якій бренд уже не просто транслює повідомлення, а вступає в діалог зі споживачем, вивчає його поведінку, аналізує запити, прогнозує потреби та адаптує комунікацію до індивідуальних особливостей різних сегментів ринку. Визначено, що сучасний маркетинг дедалі більше орієнтується не лише на просування товару чи послуги, а на створення цілісного клієнтського досвіду, формування довіри та побудову довготривалих відносин зі споживачем. Запропоновано напрямки

**Ключові слова:** цифровізація, маркетинг, цифрові технології, напрямки, електронна комерція, ознаки, цифрове середовище, значення, роль.