

# Комп'ютерний практикум «Цифрові сервіси маркетингу промислових підприємств»

*Кафедра інформаційної економіки, підприємництва та фінансів*

*Лектор:*

*ГЛУЩЕВСЬКИЙ В'ячеслав Валентинович*

Змістовий модуль 1.

Сутність цифрового маркетингу та загальні  
засади формування інформаційних систем  
маркетингу промислового підприємства

Лекція 2

Маркетинг і цифрові технології

# Цифровий Маркетинг як Специфічна Форма

- Цифровий маркетинг (ЦМ) — це еволюційний розвиток класичного маркетингу.
- Він виник в умовах зміни технологічного базису виробництва та тотальної інформатизації суспільства.
- ЦМ використовує електронні канали та технології для охоплення, залучення та конверсії цільової аудиторії.

# Відмінності від Класичного Маркетингу

**Класичний Маркетинг:** Одностороння комунікація, складна вимірюваність (ROI), масове охоплення.

**Цифровий Маркетинг:** Двостороння комунікація, висока точність таргетування, детальна аналітика та вимірювання ефективності (KPIs).

# ЦМ як Інноваційний Інструмент Управління

ЦМ забезпечує оперативне управління взаємодією з клієнтами та швидку адаптацію стратегій.

Ці інструменти дозволяють промисловим підприємствам оптимізувати лідогенерацію та скоротити цикл продажу.

Ключові інноваційні аспекти:  
автоматизація маркетингу (MA),  
Customer Relationship Management  
(CRM) та персоналізація пропозицій на  
основі даних.



# Основні Напрямки Розвитку ЦМ



Пріоритетні напрямки: Data-Driven Marketing (маркетинг, керований даними), використання AI для аналітики та прогнозування.

Акцент на контент-маркетингу та SEO як на інструментах формування експертного іміджу в B2B-сегменті.

Розвиток мобільного маркетингу та інтеграція технологій IoT у комунікацію з кінцевими користувачами обладнання.

Дякую за увагу!