

Шостак Л.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Терещенко Е. В., Дудич С. А.,

студентки 2-го курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

АКТУАЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

Українці зустріли ранок 24 лютого 2022 року у новій реальності. Після тривалої боротьби, коли страх перших місяців минув, люди у деяких областях почали жити відносно буденним та спокійним життям, лише зрідка чувши вибухи від ворожих ракет. Проте для багатьох підприємців постало питання про просування свого продукту в соціальних мережах та про рекламу. Здається це зараз недоцільним, якимсь неправильним. Але саме буденні справи допомагають справитись із внутрішньою тривогою.

Кожен український підприємець який вносить свою частинку до перемоги хоче, щоб про це знали. Тому маркетологи при веденні акаунтів часто вказують, що наприклад, частина коштів від продажів товарів передається на ЗСУ, або ж, якщо це одяг, то якусь кількість товару передали на потреби переселенців чи військовим. Якщо спеціаліст просуває послуги, то це може бути безкоштовне обслуговування, або надання знижки для бійців ЗСУ, ТРО чи волонтерів. Звісно, у таких людей приємніше купувати якийсь товар чи послугу, адже кожна українська душа хоче перемоги. Те, що ти знаєш, що від покупки товару частина коштів перейде на потреби ЗСУ викликає повагу до таких підприємців.

При сьогоднішніх обставинах вести бізнес трохи складно, адже існує велика загроза щодо потрапляння ракет на підприємство. Зараз часто відключають світло і робота деяких підприємств призупиняється. Тому на офіційних сторінках, або ж при замовленні товарів вказується, що можлива затримка доставки, або виготовлення самого товару. При цьому досить часто маркетологи використовують такий хід, як невеличкий презент за терпіння та розуміння клієнтів чи якась знижка на наступне замовлення.

З перших днів війни, маркетологи почали використовувати військову тему у просуванні товарів. Використовували назви винищувачів чи зброї. Наприклад, піца «джавелін», або ж сет «байрактар» і тд. Також використовують всім відомий вислів про «руській корабель» та такі вислови як «Разом до перемоги!» чи «Слава Україні!» і тд. Не можемо не зазначити те, що все більше акаунтів та сайтів почали вести українською мовою. Для нас, як для україномовних людей це надзвичайно важливо, адже мова- це кордон країни. І дуже шкода, що не всі це розуміють, і ми досі чуємо «какая різниця».

Також не може не радувати той факт, що ми відмовились від товарів агресора та тих, які не вийшли з ринку росії. Тепер маркетологи рекламують українських виробників та їхні товари. Це дуже добре, адже багато українців при поході до магазину чи виборі товару онлайн шукають товари українських виробників. Створили в Telegram спеціальний бот, який розповідає про кожен бренд, чи вийшов він з ринку агресора чи ні. Це дуже допомагає не помилитись при виборі товару. Сьогодні починають ставати відомими доволі багато українських брендів одягу, косметики. Також впливає на споживачів той фактор, що деякі товари можна зараз тільки замовити, а тому хороший онлайн- маркетинг допомагає просунути товар і збільшити доходи підприємцю.

Це все, звісно, дуже допомагає розрадити споживачів у такий важкий момент, але дуже важливим є те, що за допомогою онлайн- маркетингу люди показують реальну ситуацію в країні. Якщо це якийсь блогер- мільйонник, який має підписників із різних країн, ті іноземці бачитимуть, що війна не закінчилась, вона така ж страшна як і дев'ять місяців тому. За допомогою онлайн-маркетингу, після війни, ми зможемо залучити інвесторів з різних країн для відбудови нашої держави.

Отже, на даний момент, онлайн-маркетинг надзвичайно важливий для підприємців та споживачів загалом. За допомогою блогів, якихось сайтів споживачі шукають потіху хоч в чомусь. Онлайн-маркетинг допоможе не припиняти роботу та розвиватись підприємствам. Також за його допомогою ми залучимо інвесторів, що дуже виручить нас у майбутньому.

Література

3. Соцмережі та війна — особливості ведення бізнес-акаунтів під час воєнного стану. URL: <https://odesseo.com.ua/smm-and-war/> (дата звернення: 04.10.2022).

4. Як змінився ринок онлайн-маркетингу і на що найбільше зріс попит за період війни? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/19/691622/> (дата звернення: 04.10.2022).