

Шостак Л.В.,

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

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Дудич С.А., Терещенко Е. В.,

студенти 2-го курсу факультету економіки та управління,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Ми сміливо можемо назвати кожного українця справжнім феніксом. Кожен негаразд, вірус, жорстокого ворога ми не сприймаємо як кінець світу і нагоду опустити руки. Наш народ одразу згуртовується і наполегливо будує план, як дати відсіч. Така ж психологія і в українських підприємств, а відповідно і в актуальній сфері онлайн-маркетингу. Ми транслювали допомогу військовим, біженцям та поширювали позитивний бойовий дух. Усі вірили в нашу перемогу, тому використання подібних настроїв було найбільш актуальним як для морального піднесення, так і зацікавлення споживачів. Вірю, що таке ставлення до ситуації допоможе нам перемогти. І після довгоочікуваної новини, всі подумують – ми це зробили. І всесвітня мережа наповниться меседжами із закликом відбудовувати рідні міста і нормальне життя. Дух нашої нації не залишає нам права здатися. Ми відроджуємося щоразу. Вогонь запеклих не пече.

Онлайн-маркетинг – найефективніший спосіб просування у наш час. Він використовує ряд актуальних асоціативних тригерів для залучення уваги потенційного споживача. Сучасні умови змусили війну бути для нас буденністю. Тому для українців підтримання стабільного морального стану стало необхідністю. Виник попит на товари, що транслюють патріотизм та впевненість у завтрашньому дні. І в слід за своїми споживачами пішли і підприємці. І відповідно у сфері онлайн, яка зараз є провідною, усі рекламні кампанії були сфокусовані на темі війни та патріотизму.

Але, що ми можемо сказати про онлайн-маркетинг у період, що настане після нашої перемоги? Почнемо з того, що в Україні провідні настрої, очевидно, зміняться. Усіх охопить відчуття безмежного щастя та віри в завтрашній день.

З'явиться неймовірна кількість мотивації відновлювати все, що знищила нація, якої вже не існує. Розпочнеться надзвичайно масштабний рух по забезпеченню якісного реконструювання знищених міст та сіл. І, звичайно, сфери соціальних мереж та порталів охопить така хвиля.

Фахівці із маркетингу, що спеціалізуються на онлайн-сфері, будуть однозначно використовувати тему перемоги. Споживачі у такий період перебуватимуть у піднесеному настрої й набагато сприятливіше сприймають усі пропозиції. Адже вони розуміють, що все позаду і саме зараз час витратити гроші, щоб відчувати повноту життя. Через це підприємства набагато активніше звертатимуться до спеціалістів із онлайн-маркетингу. Розпочнеться розробка рекламних кампаній у соціальних мережах Instagram та TikTok, де представлятимуть продукцію так чи інакше, нагадуючи про те, що війна закінчилася. Будуть використовувати популяризовані жарти. Саме це викликатиме дуже позитивні емоції у споживача, і формуватиме позитивну асоціацію із товаром. А це у свою чергу приведе до залучення більшої кількості потенційних клієнтів.

По-друге, новина про нашу перемогу сколихне увесь світ. Така подія зарекомендує Україну як справді сильну державу із незламним народом. Це вплине і міжнародний онлайн-маркетинг також. Українські підприємці розпочнуть приймати комплекс рішень по виходу на іноземний ринок у такий сприятливий для цього час. Відповідно, і маркетологи все це супроводжуватимуть політикою активного просування у мережах, популярних у певній країні. Тому онлайн-простір цих держав стане насиченим українською продукцією.

Але з іншого боку, варто пам'ятати про держави, що свого часу підтримували агресорів. У такому випадку потрібно закривати очі на можливу вигоду у такій країні і в жодному разі не розпочинати із нею партнерства. Завжди мусимо тримати у пам'яті, що ми пережили через війну та тих, хто її підтримував.

Отже, онлайн-маркетинг в Україні та за її межами набуде величезних масштабів завдяки такій визначній події як наша перемога. Будуть розроблятися динамічні рекламні медіафайли із позитивним та патріотичним мотивом. Такі кампанії будуть активно запроваджуватися у найбільш популярних соціальних

мережах. А споживачі охоче сприйматимуть таку рекламу. Адже вона в черговий раз нагадуватиме їм про, мабуть, найбільш визначний день у їхньому житті.

Література

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

2. Післявоєнне відновлення України. URL: <http://pga.org.ua/index/eng-war-in-ukraine/e/> (дата звернення: 04.10.2022).