



КОВАЛЬОВА АЛЬОНА, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник – **СТАМАТ ВІКТОРІЯ**, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та адміністрування,
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

ІНТЕРНЕТ-БРЕНДИНГ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ

Сьогодні брендинг являється одним з найбільш потужних та дієвих інструментів для створення неповторного образу компанії та виділення її серед конкурентів. Однак, в наш час, він перестав бути лише інструментом, а став соціально-економічним явищем, адже це не лише інформація, яка доноситься до споживачів, це гарантія якості та статусу, які споживач може отримати. У даному контексті, невід'ємною складовою успіху для компаній є інтернет-брендинг. Це можна пояснити тим, що в сучасному світі найбільш ефективною взаємодією компанії зі своїми потенційними споживачами є взаємодія саме в цифровому середовищі, а саме за допомогою соціальних мереж, інтернет-магазинів, сайтів компаній та інших інтернет-ресурсів.

Інтернет-брендинг є комплексом взаємопов'язаних маркетингових заходів, які застосовуються для формування, розвитку і просування торгової марки в інтернет-середовищі. Його мета – створення стійкого позитивного іміджу бренду, а також зміцнення довіри та лояльності споживачів для забезпечення стабільності прибутку компанії [1].

Інтернет це унікальне середовище для здійснення комунікації. Зв'язок, який забезпечується завдяки використанню інтернету є безперервним та двостороннім для компанії та її клієнта. Завдяки використанню цифрових каналів зв'язку компанія може отримати чіткий, прямий та швидкий відгук від споживачів. Така інформація набуває особливої цінності в умовах посилення конкуренції на ринку товарів та послуг.

Інтернет-брендинг це складний процес, що тісно пов'язаний з іншим складним процесом – інтернет-маркетингом. Проте, інтернет-брендинг це лише складова частинка інтернет-маркетингу. Інтернет-маркетинг має більш широкі цілі, в порівнянні з інтернет-брендингом, однак інструменти, які використовуються в цих двох процесах, часто співпадають.

Цілями інтернет-брендингу є:

- розроблення стійкого образу компанії завдяки цифровим інструментам;
- донесення до клієнтів основної ідеї бізнесу;
- створення простору, в якому компанія та споживачі зможуть здійснювати комунікацію напряду.

Інтернет-брендинг наразі стає не лише складовою частиною звичайного маркетингу, а й окремою маркетинговою технологією, яку використовують сучасні підприємства для зміцнення своїх ринкових позицій.

Використовуючи інтернет-брендинг, підприємство отримує ряд переваг, серед яких такі основні:





1. Менші витрати, в порівнянні з витратами на традиційний брендинг.
2. Управління всіма процесами.
3. Легше визначення власної цільової аудиторії.
4. Охоплення ширшої аудиторії.
5. Висока швидкість поширення інформації.
6. Висока швидкість отримання зворотнього зв'язку.
7. Можливість швидкого збирання та аналізу інформації [2].

Такі переваги, які на відмінну від традиційного брендингу має інтернет-брендинг, допомагають нам зробити висновок про те, що інтернет-брендинг для сучасних умов функціонування бізнесу є більш ефективним.

Специфіка інтернет-брендингу розкривається не лише в розробці сайту компанії, а й в таких інструментах цифрового маркетингу, як: SEO, соціальні мережі, контекстна реклама, мобільні застосунки та інші цифрові платформи для просування товарів та послуг [3].

Розглянувши поняття інтернет-брендингу, його цілі, специфіку та ключові переваги, ми відзначили його ефективність, яка переважає над ефективністю традиційного брендингу, проте інтернет-брендинг є ефективною складовою інтернет-маркетингу при умові його адаптації до швидких змін в цифровому середовищі.

Важливим є розгляд найефективніших інструментів інтернет-брендингу та сучасних тенденцій, використовуючи та дотримуючись яких, компанії розробляють та реалізують свої маркетингові стратегії в цифровому просторі.

1. Сайт є основою для створення інтернет-бренду компанії. Це пояснюється тим, що цільова аудиторія бренду звертає чималу увагу саме на офіційний сайт компанії. За допомогою нього компанія розказує про себе та висвітлює інформацію про послуги та товари, які вона надає. Також сайт допомагає створити довіру між компанією та клієнтами, втримати старих та залучити нових [4].

Сайт компанії повинен мати в собі зручну навігацію для споживачів послуг, зміст сайту повинен містити в собі достатньо інформації, а зовнішній вигляд сайту повинен відповідати дизайну бренду взагалом [2].

Для розробки дизайну сайту для бренду залучається чимало фахівців, які працюють в сфері дизайну та веб-дизайну. Такими фахівцями є: дизайнер логотипу бренду, дизайнер фірмового стилю бренду, дизайнер інтерфейсу, дизайнер сайту та дизайнер ілюстратор.

Таке різноманіття залучених людей для створення дизайну сайту бренду пояснюється різницею їхнього напрямку роботи. Також це можна пояснити тим, що зовнішній вигляд сайту, і його відповідність вже відомому споживачам стилю, є його візитною карткою і важливою складовою інтернет-брендингу.

2. Соціальні мережі допомагають бізнесу побудувати двосторонній взаємозв'язок між клієнтами та компанією. В інтернет-брендингу соціальні мережі використовують для ведення сторінок бренду, роботи з коментарями та відгуками клієнтів, а також для поширення таргетованої реклами [5].





Найпопулярнішими соціальними мережами, тобто такими, які користуються найбільшим попитом серед користувачів, є такі, як Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn. Саме завдяки ним бренди розказують про себе, розповідають в своїх постах та сторісах про новини компанії та рекламують новинки.

3. Реклама у блогерів, або як це ще називають інфлюенсер-маркетинг. За допомогою реклами у відомих авторів, збільшується цільова аудиторія бренду, адже популярні блогери користуються довірою та авторитетом у великої кількості людей. Форма їхньої реклами є нетрадиційною, ненав'язливою та креативною. Реклама, яка створюється блогерами, є особливо актуальною для використання в косметичній індустрії.

4. Контент-маркетинг та сторітелінг є відносно новим напрямком інтернет-брендингу. Його суть полягає в рекламі продукції та послуг через статті, блоги, подкасти та короткі відео. Контент-маркетинг є свіжим та швидким поширенням інформації про бренд. За допомогою нього формується образ бренду для клієнтів.

5. Однією з найсильніших сучасних тенденцій в інтернет-брендингу стало використання штучного інтелекту. Штучний інтелект в інтернет-брендингу використовується для персоналізації взаємодії з клієнтом, генерації контенту для бренду (написання текстів, створення зображень, маркетингових ідей), автоматизованої комунікації з споживачем, оптимізації реклами та збирання й аналізу великого об'єму даних [5].

Отже, інтернет-брендинг є важливою складовою для просування бізнесу в умовах цифровізації. Його ефективність переважає ефективність традиційного брендингу. Інтернет-брендинг включає в себе комплексне використання інструментів та потребує знання сучасних тенденцій. При виконанні таких умов, інтернет-брендинг стає потужним інструментом в руках бізнес.

1. Стамат В.М., Побережець Г. С., Успаська О.І. Формування бренд-комунікацій нового покоління в умовах глобалізації. *Modern Economics*. 2025. № 50(2025). С. 241-250. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V50\(2025\)-32](https://doi.org/10.31521/modecon.V50(2025)-32).

2. Скомороха Ю. І. Використання інтернет-технологій у маркетингу. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій*. №1. 2018. С. 462-472

3. Лісеній Є. В., Дешко Д. М. Інтернет-брендинг як інструмент розвитку сучасного підприємництва. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. С. 229–233. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-34-41.

4. Смеричевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ: НАУ, 2019. 156с.

5. Stamat V., Minakova T. Artificial Intelligence in Customer Service: Chatbots and their Impact on Customer Experience in Marketing. *The latest developments of specialists for the development of science* : Abstracts of VI International scientific and practical conference (Florence, Italy, October 07-09, 2024). Florence, 2024. P. 68-69. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18849>

