

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2024. № 5.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.5.2>

УДК 005:659.126

О. Є. Громова,

д. е. н., доцент, професор кафедри маркетингу та реклами,

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3326-4742>

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ СВІДОМОСТІ ПРО БРЕНД

O. Hromova,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of

Marketing and Advertising, Vinnytsia Institute of Trade and Economics of State

University of Trade and Economics

USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES TO INCREASE BRAND AWARENESS

У даній статті обґрунтовано доцільність використання інноваційних технологій у маркетингу для підвищення свідомості про бренд та їх вплив на потенційну цільову аудиторію. Інноваційні технології в маркетингу дозволяють підприємствам створювати більш ефективні та точні стратегії спілкування зі споживачами, адже вони постійно удосконалюються зазнаючи постійних змін у ринковому середовищі. Досліджено ключові аспекти, які впливають на використання новітніх

технологій для розвитку бізнесу та їх вплив на поведінку споживачів, неведені переваги та недоліки впровадження інноваційних технологій. Розглянуті цифрові інструменти, штучний інтелект, віртуальна і доповнена реальність, їх переваги застосування у маркетингу для створення позитивного іміджу, підвищення обізнаності про бренд та рівень конкурентоспроможності компанії. Зазначені приклади успішних компаній, які впроваджують у свою роботу сучасні технології та наведені висновки і рекомендації щодо важливості використання інновацій у сучасному бізнес-середовищі.

This article justifies the appropriateness of using innovative technologies in marketing to increase brand awareness and their impact on the potential target audience. The marketing activities of a company involve creating and consolidating brand awareness among consumers, enhancing the company's image in their eyes, and increasing the company's leadership positions. Innovative technologies in marketing allow enterprises to create more effective and accurate communication strategies with consumers, as they are constantly evolving amidst ongoing changes in the market environment. They can also improve brand promotion efficiency by reducing costs. The future development of innovations in marketing opens up new opportunities for using artificial intelligence and machine learning in analyzing consumer behavior. Therefore, this topic is relevant during the competitive struggle among companies in the market. The article explores key aspects that affect the use of cutting-edge technologies for business development and their impact on consumer behavior and choice during purchases, unmentioned advantages and disadvantages of implementing innovative technologies, and their application for achieving successful results in business. Discussed digital tools, namely: social networks, websites, email, artificial intelligence, virtual and augmented reality, their advantages of application in marketing for creating a positive brand image, increasing brand awareness, and the company's competitiveness level. The implementation of virtual reality in a company's

activities allows customers to interact with the brand's product or service before purchase, enhancing a positive brand experience. Mentioned examples of practical activities, namely successful companies that incorporate modern technologies into their business strategy development to attract potential customers who will become loyal in the future. Following the research on using innovative technologies to increase brand awareness, conclusions and recommendations are provided regarding the importance of utilizing innovations in the modern business environment.

Ключові слова: *бренд, інноваційні технології, споживачі, соціальні мережі, вплив, цифрові інструменти.*

Keywords: *brand, innovative technologies, consumers, social media, impact, digital tools.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасному світі для підвищення свідомості про бренд серед цільової аудиторії необхідно постійно використовувати нові стратегії та інструменти для просування бізнесу. Новітні технології стають рушійною силою у створенні унікальних маркетингових стратегій, які спрямовані на залучення уваги та утримання потенційних споживачів. Проте, варто зазначити, що через постійні зміни на ринку необхідно систематично проводити дослідження інноваційних технологій, їх вплив на залучення споживачів, для підвищення конкурентоспроможності бренду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велику увагу дослідженням інноваційних технологій та їх впливу на споживачів приділили своїми науковими працями вітчизняні та зарубіжні науковці, а саме: Д. Аакер, Т. Амблер, І. Балабанова, Л. Балабанова, О. Громова [6], Ф. Котлер, А. Лялюк [4], М. Окландер [5], М. Портер та інші. Проте, потребують подальшого

вивчення та дослідження проблеми впливу інноваційних технологій та їх використання для підвищення обізнаності про бренд.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета даної статті полягає в дослідженні актуальних аспектів для використання інноваційних технологій задля підвищення свідомості про бренд та їх вплив на поведінку споживачів у конкурентному середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день інноваційні технології є ефективним інструментом для підвищення свідомості про бренд та просування його задля залучення уваги цільової аудиторії. Новітні технології надають компаніям можливість розробити та впровадити ефективні маркетингові стратегії для закріплення лідерських позицій, використовуючи: цифрові інструменти, штучний інтелект, віртуальну та доповнену реальність.

Важливість використання інноваційних технологій полягає у постійних змінах на ринку, а саме: потреби споживачів, швидкі темпи розвитку технологічного прогресу, зміни у законодавстві та валютних курсах, зростання конкуренції у бізнес-середовищі. Інноваційні технології допомагають у створенні позитивного враження про бренд у клієнтів та спроможні виділити бізнес серед конкурентів [1]. За допомогою новітніх технологій бренди можуть створити емоційний зв'язок з клієнтами, що в подальшому допоможе підвищити їх лояльність. Перевага у конкурентному середовищі є у компаній, які впроваджують у свою діяльність інноваційні інструменти для ведення бізнесу, адже вони швидко реагують на зовнішні чинники задовольняючи потреби споживачів.

Ключову роль в маркетингу відіграють інноваційні технології, так як вони забезпечують компаніям безліч можливостей для досягнення мети, поставлених завдань компаній та покращення комунікації з клієнтами. Їх завдання полягають в наступному:

– Взаємодія з клієнтами. Новітні технології дають можливість компаніям знаходити нові способи комунікації з цільовою аудиторією,

застосовуючи штучний інтелект, віртуальну та доповнену реальності. Це дозволить створити сильний власний бренд та персоналізовані кампанії, які будуть працювати на цільову аудиторію.

– Підвищення інтерактивності. Сучасні інструменти, а саме: віртуальна та доповнена реальності дають можливість створити контент, який буде привертати максимальну увагу споживачів та збільшить взаємодію з брендом.

– Розробка нових продуктів та послуг. Технологічні інновації допомагають компаніям у розробці та впровадженні нових продуктів та послуг, які вже є підлаштованими під змінні потреби споживачів, а також користуються індивідуальністю на ринку.

– Зростання результативності рекламних кампаній. Застосування новітніх технологій може суттєво спростити та автоматизувати маркетингові процеси. Таким чином, підприємства можуть результативніше застосовувати наявні ресурси та здобувати кращі результати.

Приклади інноваційних технологій, які використовують компанії в просуванні свого бренду:

1. Штучний інтелект. Впровадження штучного інтелекту у свою діяльність дозволяє компаніям обробляти великі обсяги даних, автоматизувати процеси та звільнити час для виконання інших завдань, створювати ефективні маркетингові стратегії, які спрямовані на задоволення потреб клієнтів.

2. Віртуальна реальність. Допомагає компаніям створити неповторний імідж бренду, завдяки взаємодії клієнта з продукцією чи послугами компанії. Використовуючи віртуальну лояльність можна зібрати дані про споживачів, враховуючи їх запити та потреби, що буде спрямовано на покращення маркетингових кампаній.

3. Доповнена реальність. Використовуючи доповнену реальність, фірми створюють захопленні враження, які залишаються в свідомості у клієнтів та цим самим підвищують свідомість про бренд та вирізняють їх серед конкурентів.

Використання даних інноваційних технологій сприяє ефективній взаємодії бренду зі споживачами, підвищує конкурентоспроможність компанії та допомагає підвищити свідомість про бренд [2].

Розглянемо переваги використання інноваційних технологій для підвищення свідомості про бренд:

- Створення позитивного іміджу бренду. Завдяки впровадженню інноваційних технологій у роботу, компанії можуть створити унікальний імідж бренду, виділитися серед конкурентів, підвищити довіру до бренду цільової аудиторії.

- Залучення цільової аудиторії. Застосування новітніх інструментів сприяє залученню уваги споживачів, за рахунок створення унікального контенту.

- Підвищення конкурентоспроможності фірми. Компанії, які вміють адаптуватись до сучасних умов на ринку та активно впроваджують у свою діяльність новітні технології, мають можливість брати гору у конкурентній боротьбі та виділити себе на споживчому ринку.

- Покращення продуктивності діяльності бренду. Сучасні технології розроблені з метою підвищення ефективності виконання рутинних завдань та полегшення виконання роботи у команді.

- Удосконалення збору даних. Новітні технології створюють ефективний процес збору даних у великих обсягах про своїх клієнтів в режимі реального часу, аналізуючи їх інтереси, вподобання та потреби.

- Зміцнення лояльності споживачів. Технологічні інновації в маркетингу допомагають компаніям створити позитивне враження, посилити впізнаваність про їх бренд та покращити репутацію фірми серед клієнтів, тим самим зміцнити лояльність своїх споживачів.

Отже, переваги впровадження інноваційних технологій для підвищення свідомості про бренд є досить сильними та їх застосування здатне забезпечити компаніям успіх в конкурентному середовищі. Проте, варто зазначити і недоліки використання новітніх технологій, а саме:

– Великі витрати. Для впровадження в діяльність компанії інноваційних технологій необхідні великі витрати, що може бути загрозою для фірми, у якої є обмеження в бюджеті. Зазвичай це є перешкодою для малих чи середніх брендів.

– Труднощі реалізації. Технологічні інновації потребують часу та зусиль у навчанні для їх впровадження, що призводить до затримки в розробці маркетингових стратегій.

– Втрата ідентичності бренду. Якщо новітні технології при розробці маркетингових стратегій не дотримуються певних цінностей, мети та іміджу бренду, це може вплинути на втрату унікальності та ідентичності бренду.

– Потреба у кваліфікованому персоналі. Для впровадження у діяльність компанії технологічних інновацій, необхідно мати професійних працівників, яким необхідно мати певні навички. Проте навчання персоналу може вимагати великих фінансових витрат та займати багато часу.

– Технічні проблеми. Негативний вплив на роботу компанії приносить нестабільність роботи та технічні проблеми інноваційних технологій, а саме: втрата цільової аудиторії та їх довіри до бренду.

– Постійний моніторинг ринку. У сучасному світі технології постійно удосконалюються, тож компаніям необхідно постійно аналізувати ринок та вміти швидко на них реагувати, щоб залишатись на лідерських позиціях. Це може потребувати значних зусиль, фінансових можливостей, які будуть перешкодами для багатьох фірм.

– Негативний досвід клієнтів. Впровадження нав'язливих новітніх технологій сприяє втраті цільової аудиторії через негативну реакцію на бренд.

– Кібератаки. Порушення конфіденційності даних про споживачів, можуть призвести до кібератак.

– Неочікуваність результатів. Напочатку розробки та впровадження маркетингових стратегій з використання інноваційних технологій є важкість в

прогнозуванні можливих результатів, що в подальшому може призвести до небажаних витрат.

Аналізуючи дані недоліки використання інноваційних технологій, варто зазначити, що важливо компаніям ретельно проводити дослідження для розуміння поточних потреб, для впровадження успішних технологій та покращення результатів діяльності бренду, щоб досягти великих результатів у конкурентному середовищі.

Для кращого підвищення свідомості про бренд, необхідно також застосовувати цифрові інструменти для просування компанії [3]. Розглянемо сильні сторони застосування цифрових інструментів:

- Глобальне розповсюдження. Завдяки використанню цифрових інструментів з'являється перспектива знайти потенційну цільову аудиторію компанії у будь-якій точці світу.

- Взаємозв'язок з аудиторією. Отримуючи відповідь на коментарі та повідомлення аудиторії, підприємство створює довірливі стосунки із аудиторією та збільшує їх лояльність.

- Дослідження та аналіз результатів. Цифрові інструменти дають можливість отримати дані для результативної оцінки рекламних кампаній та виміру показників.

- Індивідуалізація контенту. За допомогою цифрових технологій, є можливість налаштувати контент таким чином, щоб він був актуальним для цільової аудиторії, тим самим значно збільшуючи результативність взаємозв'язку між компанією та аудиторією.

- Низькі витрати. Порівнюючи із звичними інструментами маркетингу, цифрові технології є більш вигідними для підприємств.

Слабкі сторони цифрових інструментів:

- Інформаційне перенасичення. Складність полягає у високій конкуренції на цифрових платформах, тим самим знижуючи впізнаваність бренду компаній та привертання уваги цільової аудиторії.

– Загроза втрати контролю. У просторі соціальних мереж виникають ситуації, де опублікований контент отримує велику кількість негативних коментарів та критики, що може зашкодити бренду компаній.

– Алгоритмічна залежність. Перетворення, яке відбувається в алгоритмах соціальних мереж, має вплив на природну видимість контенту компаній та результативності маркетингових кампаній.

– Загроза конфіденційності даних. Застосування цифрових платформ, може бути причиною порушення конфіденційності даних, що може призвести до негативної реакції користувачів.

Вплив технологічних інновацій на цільову аудиторію:

– Зростання інтересу та уваги. Технологічні інновації можуть залучити більше уваги споживачів, ніж звичні маркетингові методи. Інноваційні інструменти дають компаніям унікальний досвід, який допомагає привернути більшу кількість потенційних споживачів.

– Вдосконалення взаємозв'язку та зацікавленості. Інтерактивність технологічних інновацій дає можливість клієнтам дієво взаємодіяти із брендом.

– Збільшення впізнаваності бренду. Враження від використання технологічних інновацій сприяє поліпшенню впізнаваності про бренд серед потенційних споживачів. Це дає змогу побудувати довготривалий, довірливий взаємозв'язок зі споживачами.

– Покращення емоційної привабливості. Інноваційні технології дають змогу торговій марці побудувати надійні стосунки зі споживачами, що дає змогу укріпити емоційний зв'язок між аудиторією та торговою маркою компаній.

Взаємодія між споживачем та брендом, шляхом новітніх технологій:

– Персональний підхід до створення контенту. Шляхом використання технологічних інновацій, надається можливість створювати контент, який відповідає потребам та бажанням потенційних споживачів.

– Комунікація зі споживачами. Новітні технології дозволяють споживачам динамічно взаємодіяти із брендом. Наприклад, завдяки, прийняттю участі в інтерактивних маркетингових кампаніях, віртуальних заходах та іграх.

– Зростання залучення клієнтів. Внаслідок застосування інноваційних технологій, споживачі мають можливість зануритись в брендовий досвід компаній, це допомагає підвищити увагу споживачів та створити відчуття їх причетності.

– Зміцнення співпраці. Взаємодія та процес занурення клієнтів, шляхом застосування новітніх технологій, дає змогу підприємствам налагоджувати вагомі та значущі взаємозв'язки між брендом та споживачами та, як наслідок, позитивно може відобразитись на їх лояльності.

– Зростання результативності комунікації. Технологічні інновації дають можливість торговим маркам застосовувати різні канали комунікації, а саме чат-боти, віртуальну та доповнену реальність тощо. Це дає змогу збільшити результативність комунікації з аудиторією та привернути більше уваги до бренду.

– Зростання впливу та пізнаваності торгової марки. Новітні інновації забезпечують можливість сформувати незабутній досвід, який сприяє збільшенню впливу та впізнаваності торгової марки серед споживачів. А тому, торгова марка може бути інноваторами у своїй сфері та мати перевагу серед конкурентів.

– Здобуття сприятливого іміджу підприємства. Застосування новітніх технологій для кращої комунікації з аудиторією, демонструє прогресивний та новаторський підхід підприємства. Це відображається на позитивному сприйнятті бренду серед споживачів, та створює вигідний імідж компанії на ринку.

– Залучення нових потенційних споживачів. Інструменти технологічних інновацій можуть сприяти більшому залученню споживачів, здебільшого молоді та освічених споживачів в галузі технологій. Це дає можливість

збільшити базу клієнтів та привернути увагу більшої кількості цільової аудиторії.

– Побудова довіри та лояльності серед споживачів та підприємств. Технологічні інновації дають змогу вибудовувати довірливі відносини між торговою маркою та споживачами, поширювати інформацію про цінності та принципи компаній. Завдяки цьому, створюється новий рівень довірливих та надійних стосунків до бренду, зі сторони споживача.

Розглянемо приклади успішних зарубіжних компаній, які впроваджують у свою діяльність інноваційні технології:

– Nike. Компанія впроваджує у своїй діяльності інноваційні технології віртуальної та доповненої реальності для занурення клієнтів у задані обставини під час рекламного просування, а саме: вимірювання розміру ноги у додатку «Nike Fit». Даний метод впливає на покращення взаємодії клієнта з брендом.

– LEGO. Даний бренд застосовує доповнену реальність для розробки додатків, які створені для дорослих та дітей, та дозволяють їм, використовуючи їх фізичні конструктори, створити нові віртуальні моделі. Це розширює можливості для цільової аудиторії та залучає нових клієнтів, тим самим підвищуючи продажі компанії.

– ІКЕА. Компанія також впроваджує у своєму додатку «IKEA Place» доповнену реальність, для того, щоб клієнти могли віртуально розмістити меблі та декор в своїх приміщеннях, щоб оцінити їх вигляд перед покупкою.

– Coca-Cola. Фірма активно просуває свій бренд з використанням цифрових інструментів та за допомогою інтерактивних рекламних кампаній. У соціальних мережах бренд впровадив технології доповненої реальності у вигляді масок та фільтрів, що дозволяє користувачам створювати контент та поширюючи його, тим самим привертаючи нову цільову аудиторію.

Отже, дані приклади демонструють, як за допомогою інноваційних технологій бренди можуть досягти успіху у конкурентному середовищі. За допомогою використання новітніх технологій та цифрових інструментів,

зарубіжні компанії створили сучасний імідж бренду, збільшили залучення цільової аудиторії та підвищили продуктивність роботи.

Наведемо приклади успішних українських компаній:

– Нова пошта. Компанія використовує у своїй роботі інноваційні технології, а саме: штучний інтелект для аналітики даних та розробки персоналізованого контенту та доповнену реальність для створення та впровадження сучасних послуг. Додаток бренду може розробляти візуалізацію маршруту доставки в реальному часі, що робить даний процес більш цікавим та ефективним для цільової аудиторії.

– Епіцентр К: Торговельна мережа використовує VR-технології для створення інтерактивних віртуальних турів по своїх магазинах, що дозволяє клієнтам переглядати асортимент та отримувати додаткову інформацію про товари онлайн.

– OLX. Яскравим прикладом застосування новітніх інновацій у маркетингових кампаніях OLX, є те, що підприємство залучає у роботу штучний інтелект для індивідуалізації рекламних оголошень та підбору потрібних пропозицій споживачам.

– Roshen. Компанія активно застосовує новітні технології для побудови активних маркетингових кампаній, що дають можливість споживачам більше дізнаватись про продукти, новинки, акції та бренд компанії. Наприклад, Roshen впроваджували у свою роботу додаток з доповненою реальністю, що давав змогу віртуально створити власну шоколадку, тим самим підвищуючи впізнаваність бренду компанії.

Представлені приклади показують успішність впровадження новітніх технологій у маркетингових кампаніях бренду, як на регіональному ринку, так і на міжнародному.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Отже, використання інноваційних технологій для підвищення свідомості про бренд є ключовим аспектом для діяльності компанії в конкурентному середовищі. Сучасні технології дають змогу компаніям впровадити у свою

діяльність інтерактивні та персоналізовані напрацювання, які будуть сприяти позитивному досвіду для їх цільової аудиторії. Це також підвищить лояльність споживачів до бренду та рівень конкурентоспроможності на ринку. Для ефективного використання інноваційних технологій, компанії повинні постійно проводити моніторинг ринку та швидко реагувати на зміни до потреб споживачів. Варто також зазначити, що інноваційні технології мають безліч переваг, але важливо також враховувати недоліки у розробці ефективних маркетингових стратегій. Для цього необхідно визначити мету та цілі компанії, потреби цільової аудиторії та, на основі цих даних, впроваджувати технологічні інновації у свою діяльність.

Рекомендаціями у впровадженні інноваційних технологій для підвищення обізнаності про бренд є:

- інвестування у дослідження ринку для утримання своїх лідерських позицій та задоволення потреб споживачів;
- створювати персоналізований контент для рекламних кампаній, з метою створення позитивного враження у клієнтів;
- розробляти інтерактивний досвід у споживачів, за рахунок занурення їх у доповнену реальність, що допоможе цільовій аудиторії краще розумітися на продукції та послугах бренду.

Перспективами подальших розвідок у даному напрямі можна зазначити наступне: дослідження нових інноваційних технологій, які будуть впроваджені на ринок, вивчення їх впливу на споживачів та різні галузі компаній, що в майбутньому призведе до потреби в розробці нових ефективних маркетингових стратегій для підвищення обізнаності про бренд та його успіху на ринку.

Література

1. Кіпень С. С., Дунська А. Р. Інновації як передумова підвищення ефективності діяльності підприємства. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи. 2023. URL:

<http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/279884> (дата звернення: 14.04.2024).

2. Kharchenko T., Bondaruk Y. Innovative Technologies in Management Business Processes. State and regions. Series: Economics and Business. 2019. DOI: 10.32840/1814-1161/2019-4-23 (дата звернення: 14.04.2024).

3. Пахуча Е. В. Застосування інструментів маркетингових комунікацій у підвищенні конкурентоспроможності підприємств. Агросвіт. 2020. № 19-20. С. 82–89.

4. Лялюк А. М. Бренд-маркетинг: конспект лекцій. Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2021. 88 с.

5. Окландер М. А., Жарська І. О. Поведінка споживача. навч. посіб. . К. : «Центр учбової літератури», 2014. 208 с.

6. Громова О. Є. Маркетинговий підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України : Збірник наукових праць VII Міжнародної науковопрактичної конференції. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. Ч. 3. С. 109-116.

References

1. Kipen, S. S. and Dunska, A. R. (2023), “Innovations as a prerequisite for increasing the efficiency of enterprise activities”, *Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy*, available at: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/279884> (Accessed 14.04.2024).

2. Kharchenko, T. and Bondaruk, Y. (2019), “Innovative Technologies in Management Business Processes”, *State and regions. Series: Economics and Business*, vol. 4 (109), pp. 130-133. <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2019-4-23>

3. Pakhucha, E. (2020), “Application of marketing communication tools in increasing competitiveness of enterprises”, *Agrosvit*, vol. 19-20, pp. 82–89.

4. Lialiuk, A. M. (2021), Brend-marketynh: konspekt lektsij [Brand Marketing: lecture notes], KP IA «Volynj'energhosoft», Lucjk, Ukraine.
5. Oklander, M. A. and Zhars'ka, I. O. (2014), Povedinka spozhyvacha: navch. posib. [Consumer behavior. education manual], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
6. Hromova, O. Ye. (2019), “Marketing approach to enterprise competitiveness management”, Sotsialno-politychni, ekonomichni ta humanitarni vymiry yevropeyskoyi intehratsiyi Ukrayiny : zbirnyk naukovykh prats VII Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi [Socio-political, economic and humanitarian dimensions of the European integration of Ukraine: Collection of scientific works of the VII International Scientific and Practical Conference], Vinnytsia: Publishing and Editorial Department of VITE KNUTE, Vinnitsia, Ukraine, pp. 109-116.

Стаття надійшла до редакції 18.04.2024 р.