

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З
ВИКОРИСТАННЯМ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-20зс

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Сєрова Ірина Олександрівна

ПІБ

Керівник: Гамзаг О.В., к.е.н., доцент

ПІБ, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ *

Сєрова І.О. Шляхи вдосконалення комунікаційної діяльності підприємства з використанням Інтернет-маркетингу

У даній роботі досліджено теоретичні аспекти комунікаційної діяльності та її значення для сучасного бізнесу. У першому розділі розглянуто роль та комунікаційної діяльності, а також використання інтернет-маркетингу, як інструмент підвищення ефективності комунікаційної діяльності підприємства. У другому розділі проведено аналіз поточного стану комунікаційної діяльності компанії "SendPulse", включаючи характеристику діяльності сервісу, аналіз ринку, позиціонування та SWOT-аналіз. Також розглянуто присутність підприємства в онлайн-середовищі та її вплив на споживачів. У третьому розділі наведено заходи щодо вдосконалення комунікаційної діяльності за допомогою інтернет-маркетингу, зокрема розробку та впровадження стратегії інтернет-маркетингу, використання соціальних медіа та email-маркетингу, а також моніторинг і аналіз результатів для постійного вдосконалення комунікаційної стратегії.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, маркетинг, інфлюенс-маркетинг, B2B, B2C, комунікаційна діяльність, стратегія, соціальні медіа, аналіз результатів, взаємодія з клієнтами, "SendPulse".

SUMMARY

Serova I.O. Ways to improve company communication activities with the help of Internet marketing

This paper examines the theoretical aspects of communication activities and their importance for modern business. The first section considers the role and communication activities, as well as the use of Internet marketing as a tool for improving the efficiency of the company's communication activities. The second section analyses the current state of SendPulse's communication activities, including the characteristics of its

business activities, market analysis, positioning, and SWOT analysis. The company's presence in the online environment and its impact on consumers are also considered. The third section presents measures to improve communication activities through Internet marketing, including the development and implementation of an Internet marketing strategy, the use of social media and email marketing, as well as the monitoring and analysis of results for continuous improvement of the communication strategy.

Keywords: Internet marketing, marketing, influencer marketing, B2B, B2C, communication activities, strategy, social media, analysis of results, customer interaction, SendPulse.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	9
1.1. Значення і роль комунікаційної діяльності для сучасного бізнесу	9
1.2. Основні інструменти та методи інтернет-маркетингу	11
1.3. Інструменти комунікаційної діяльності за допомогою інтернет-маркетингу	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СЕРВІСУ "SENDPULSE"	28
2.1. Характеристика діяльності "SendPulse"	28
2.2. Аналіз українського ринку на якому працює "SendPulse"	31
2.3. Позиціонування та сегментування послуг компанії	37
2.4. SWOT-аналіз діяльності сервісу "SendPulse"	44
2.5. Аналіз поточного стану комунікаційної діяльності	47
РОЗДІЛ 3. ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ "SENDPULSE"	49
3.1. Розробка та впровадження заходів інтернет-маркетингу для підвищення лояльності користувачів до платформи "SendPulse".	49
3.2. Моніторинг та аналіз результатів інтернет-маркетингових заходів для вдосконалення комунікаційної стратегії.	54
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ	

СПИСОК ВИКОРИСТАННИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дутов М.М. Правове забезпечення розвитку електронної комерції: автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.04 / М.М. Дутов; НАН України. Ін-т екон.-прав. дослідж. – Донецьк, 2003. – 17 с.
2. Желіховський В. Електронна комерція як стимулятор розвитку правовідносин у мережі Інтернет / В. Желіховський // Правова інформатика: науковий журнал НДЦПІ АПрН України. – № 4 (12), 2006. – С. 68–73.
3. Брамс О. Електронна готовність України [Електронний ресурс] / О. Брамс // Библиотека Интернет Индустрии, 2008.
4. <https://sendpulse.ua/support/glossary/internet-marketing> – власноруч працювала над цією статтею.
5. <https://wezom.com.ua/ua/blog/что-такое-b2b-prodazhi>
6. E-Commerce Website Optimization: Why 95% of Your Website Visitors Don't Buy, and What You Can Do About it
7. Маркетинг в інтернеті: теорія і практика / І. К. Грицишин, Л. В. Ковальчук. — К.: Центр учбової літератури, 2018.
8. Інтернет-маркетинг: підручник / О. М. Корнійчук, Т. В. Ліщук, О. В. Коваль. — К.: Центр учбової літератури, 2017.
9. Комунікаційні технології в управлінні: навч. посібник / Ю. О. Біленко, І. С. Маркіна. — К.: Видавничий дім "Київський університет", 2019.
10. "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice" by Dave Chaffey and Fiona Ellis-Chadwick.
11. "Marketing Communications: A European Perspective" by Patrick De Pelsmacker, Maggie Geuens, Joeri Van Den Bergh.
12. "The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly" by David Meerman Scott.

13. "Influence: The Psychology of Persuasion" by Robert B. Cialdini.
14. "Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age" by Jonah Berger.
15. "Social Media Marketing: A Strategic Approach" by Melissa Barker, Donald I. Barker, Nicholas F. Bormann.
16. Інтернет-маркетинг: технології та інструменти / О. В. Біленко, О. В. Коваль, О. М. Корнійчук. — К.: Видавничий дім "Ін Юре", 2020.
17. Комунікаційні аспекти управління підприємством / О. Г. Черкас, Г. В. Міхєєва. — К.: Центр навчальної літератури, 2019.
18. Маркетингові комунікації: теорія і практика / Л. І. Грищенко, О. М. Семенець. — К.: Центр учбової літератури, 2018.
19. <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/who-is-seo-specialist>
20. <https://sendpulse.ua/blog/advertising-on-instagram>
21. <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/marketing-trends-in-2024>
22. <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/marketing-trends-in-2024>
23. <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/osnovi-stvorennia-marketing-strategii>
24. <https://sendpulse.com/support/glossary/marketing-communications>
25. <https://www.gartner.com/en/marketing/glossary/marketing-communications-marcom->
26. <https://www.linkedin.com/pulse/basics-marketing-communications-m20communications-inc/>
27. Маркетингові комунікації: підручник, Вид.2-е, перероб. Та допов. Київ: Студцентр, 2024, 384 с.
28. Контент-маркетинг. Практичний підручник / Марк Грін (Mark W. Schaefer). — М.: Манн, Іванов і Фербер, 2020.
29. Маркетинг 4.0: Мультиплатформенний світ / Філіп Котлер (Philip Kotler). — К.: К.І.С.", 2017.

- 30.Цифровий маркетинг 5.0: Наступний рівень маркетингу в умовах штучного інтелекту та розумних пристроїв / Паскаль Лоо (Pascal Lannoo). — Львів: Видавництво Старого Лева, 2023.
- 31.Контент-стратегія для інтернет-маркетингу / Дейв Чавес (Dave Chaffey). — К.: Видавництво Сфера, 2018.
- 32.Вплив: Наука соціального впливу / Роберт Чалдині (Robert Cialdini). — К.: Навчальна книга - Богдан, 2016.
- 33.Мережевий маркетинг: стратегії та техніки просування в Інтернеті / Ерік Шмідт (Eric Schmidt). — Харків: Книжковий клуб "Клуб Сімейного Дозвілля, 2022.
- 34.Віртуальний мір: Як бізнеси змінюються в інтернет-середовищі / Брайан Соліс (Brian Solis). — Львів: Видавництво Старого Лева, 2019.
- 35.Маркетингові комунікації: стратегії та практика / Кріс Філл (Chris Fill). — К.: Київський університет, 2015.
- 36.Споживчий інтернет-маркетинг: стратегії та практика / Дейв Чавез (Dave Chaffey). — Харків: Фоліо, 2020.
- 37.Підводні камені інтернет-маркетингу: практичний підхід до розробки успішної онлайн-стратегії / Ранді Девіс (Randy Davis). — Львів: Видавництво Старого Лева, 2017.
- 38.Ефективний інтернет-маркетинг: стратегії та методи / Дженніфер Шарман (Jennifer Sherman). — К.: Видавництво Сфера, 2018.
- 39.Стратегії медіа-планування в інтернет-маркетингу / Лінда Стілл (Linda Still). — Одеса: Фенікс, 2019.
- 40.Соціальна медіа та маркетинг: стратегії та методи / Майкл Холлінгсхед (Michael Hollingshead). — К.: К.І.С., 2016.
- 41.Цифрова революція: зміни в маркетингу, продажах та обслуговуванні клієнтів / Давід Л. Роджерс (David L. Rogers). — Харків: Фоліо, 2021.

- 42.Маркетингова аналітика: засоби та методи аналізу даних в маркетингових дослідженнях / Джеффрі Джо (Jeffrey Joe). — К.: Видавництво "Логос", 2019.
- 43.Маркетинг в епоху дисрупцій: стратегії для ефективного виживання і зростання бізнесу / Скотт Брінкер (Scott Brinker). — К.: Видавництво Нова книга, 2022.
- 44.Маркетингова революція: нові підходи до створення та виведення продуктів на ринок / Гарі Вейнерчук (Gary Vaynerchuk). — Львів: Видавництво Старого Лева, 2023.
- 45.Брендинг 3.0: Підходи до створення сучасного бренду / Мартін Ліндстром (Martin Lindstrom). — К.: Фоліо, 2020.
- 46.Техніки маркетингового дослідження: стратегії та методи аналізу ринку / Пол Андерсон (Paul Anderson). — Харків: Фоліо, 2018.
- 47.Маркетингові інновації: стратегії та методи розвитку продуктів / Джеймс Керрол (James Carroll). — К.: Видавництво КМ-Букс, 2017.