

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.

«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»

м. Одеса

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

ЕФЕКТИВНИЙ САЙТ ТА АКТУАЛЬНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАЛУЧЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

**Шевякова Г.О., здобувач СВО «Бакалавр»
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Зважаючи на постійний ріст конкуренції в онлайн-середовищі, розробка сайту, який би забезпечив стійкий потік цільових заявок, стає критичною задачею для багатьох бізнесів. Варто розглянути ключові аспекти створення ефективного сайту, який приверне увагу цільової аудиторії і забезпечить не менше 100 цільових заявок щоденно [4][5].

Які кроки потрібно вжити під час процесу розробки, щоб забезпечити високий трафік та конверсію на вашому сайті? Які актуальні інструменти і стратегії маркетингу використовують для залучення цільової аудиторії? Не зважаючи на те, чи ви розробник, маркетолог або підприємець, ця доповідь надасть інсайти і практичні поради щодо того, як зробити ваш сайт потужним інструментом для залучення клієнтів та заявок.

Отже, сайт має включати всю необхідну інформацію, що допоможе клієнту прийняти рішення про покупку вашого продукту чи послуги. Чому клієнт має купити саме у вас? Як ваш професіоналізм відобразиться на кінцевому результаті? Як клієнту з вами зв'язатись? Таких питань дуже багато, важливо ефективно їх опрацювати командою та надати відповіді користувачу. Головне завдання – просто та зрозуміло презентувати клієнту унікальну торгову пропозицію (УТП) .

Рекомендація: розташуй УТП на головній сторінці сайту **ВЕЛИКИМИ ЛІТЕРАМИ**, а головне - воно має бути сформульоване просто та зрозуміло, щоб користувачеві не довелося додумувати сенс написаного.

Сайт має бути не лише привабливим та сучасним, а ще й інформативним, тому візуал обов'язково повинен відображати ваш продукт чи послугу. Не треба заради привернення уваги публікувати зображення, яке не відповідає вашому роду діяльності. Антиприклад - зображення кота на сайті будівельної компанії. Важливо зазначити, що інформація на сайті сприймається в перші секунди, тому помилки не пробачні.

Оформлення та дизайн сайту має відповідати цільовій аудиторії вашого бізнесу [7]. Наприклад, погодьтесь, що сайт з продажу послуги технічного обслуговування автомобілів не має бути рожевим.

Використовуйте більше зображень, іконок та менше тексту. На сайті має бути представлена вся інформація, яка:

- а) допоможе прийняти рішення про покупку;
- б) відповість на всі запитання клієнта;

в) пояснить клієнту, що його досвід покупки у вас буде кращим, ніж у ваших конкурентів.

Рекомендація: розташуйте блок “Переваги співпраці” після УТП, розкажіть клієнту, як ваш професіоналізм позначиться на послугі, що надається.

Сайт має швидко завантажуватись - за 2-3 секунди [1]. В дослідженні Portent є відомості про те, що конверсія з кожною додатковою секундою завантаження сайту знижується на 4,2%. Швидкість завантаження сайту можна перевірити на безкоштовних сервісах.

Шлях до покупки має бути простим та зручним. Не треба змушувати клієнта робити зайві кроки, наприклад, заповнювати довгу анкету чи форму зворотнього зв'язку. Кнопки "Купити", "Отримати консультацію", "В кошик" та подібні мають бути скрізь, але доречними та не нав'язливими.

Спроекувати сайт, який принесе не менше 100 цільових заявок щоденно - завдання, яке вимагає комплексного підходу. Головні аспекти включають в себе оптимізацію контенту та дизайну, привернення уваги цільової аудиторії, ретельний аналіз швидкості завантаження сайту та спрощення шляху до покупки. Здійснюючи ці кроки, компанії мають можливість створити веб-присутність, яка буде успішно привертати нових клієнтів та забезпечувати потік цільових заявок на високому рівні. Важливо пам'ятати, що ваш сайт є обличчям вашого бізнесу. Він має відображати ваші цінності, ідеї, концепцію, ваш характер та особистість.

До актуальних інструментів залучення цільової аудиторії належать пошуковий маркетинг, соціальний медіа маркетинг та email-маркетинг. Пошуковий маркетинг [3] являє собою пошукову оптимізацію (SEO) та контекстну рекламу, наприклад Google Ads [2][6]. За допомогою стратегії пошукового маркетингу можна залучити на сайт цільову аудиторію, яка вже має намір придбати ваш товар чи послугу. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter і LinkedIn, стали потужними платформами для залучення аудиторії. Вони дозволяють створювати спільноту навколо бренду, розміщувати рекламу, а також спілкуватися безпосередньо з клієнтами. За допомогою email-маркетингу є можливість відправляти персоналізовані листи, акції та іншу інформацію клієнтам. Ключ до успіху в email-маркетингу - це якісний контент та відповідна сегментація аудиторії.

Створення ефективного сайту та використання актуальних інструментів залучення цільової аудиторії - це критично важливий етап для бізнесів в сучасному цифровому світі. Забезпечення стійкого потоку цільових заявок може вирішити багато завдань, починаючи від збільшення продажів і закінчуючи підвищенням усвідомленості бренду.

Література

1. Швидкість має значення: який час завантаження сайту. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/skorost-imeet-znachenie-kakoe-optimalnoe-vremya-zagruzki-sajta/>
2. Що таке Google Ads. URL: <https://adwservice.com.ua/uk/shho-take-google-ads>
3. Пошукові оператори Google: як їх використовувати для ефективного пошуку. URL: <https://inweb.ua/blog/ua/poiskovye-operatory-google/>
4. Як створити ефективний сайт, що продає. URL: <https://xn----7sbbaqhlkm9ah9aiq.net/ua/news-new/yak-stvoryty-efektyvnyy-sayt-shcho-prodaye.html>
5. Хочу власний сайт, що робити. URL: <https://hostiq.ua/blog/ukr/want-to-create-my-own-site/>
6. Довідка Google Реклами. URL: <https://support.google.com/google-ads/answer/6146252?hl=ru>
7. П'ять основних правил веб-дизайна. URL: <https://art-lemon.com/pravila-web-dizajna>

66.	Чвертко Л.А., Пуголовко І.С. ВАЖЛИВІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНІХ ІНСТРУМЕНТІВ ВЗАЄМОДІЇ ПЛАТНИКА ПОДАТКІВ ТА КОНТРОЛЮЮЧОГО ОРГАНУ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ПОДАТКОВОГО АУДИТУ.....	239
67.	Чекановська Л.Б., Муха Р.А. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	243
68.	Черкашина Ю.В. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ.....	247
69.	Шевякова Г.О. ЕФЕКТИВНИЙ САЙТ ТА АКТУАЛЬНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАЛУЧЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ.....	249
70.	Школьний О.О. ФОРМУВАННЯ СТАЛИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	252
71.	Басюркіна Н.Й. ЕКОНОМІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	255
72.	Okulicz-Kozaryn W. STUDY OF POLISH AND UKRAINIAN SCIENTISTS' PUBLICATION ACTIVITY IN THE FIELD OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE.....	259
73.	Петькова О.О., Верхівкер Я.Г. ЕКОНОМІКА АСЕПТИЧНОГО КОНСЕРВУВАННЯ ПЛОДОВИХ ПЮРЕ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ.....	263
74.	Карпінська Г.В. МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ.....	265
75.	Соколюк К.Ю. РОЛЬ ЛОГІСТИКИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....	269
76.	Шалений В.А. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТ РИЗИКІВ В УМОВАХ СИСТЕМНИХ ЗАГРОЗ.....	272
77.	Мартиросян І.А., Момот В.Ю. СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	276
78.	Памбук С.А., Шенгелая М.В. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ФРУКТОВО-ЯГІДНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ.....	280