

перевезеннями, дозволяє зменшити навантаження на персонал, що особливо актуально в умовах браку кваліфікованих кадрів.

Цифровізація також відкриває можливості для поліпшення комунікацій з клієнтами. Використання онлайн-платформ для замовлення та відстеження перевезень дозволяє значно підвищити рівень прозорості та доступності послуг [2]. Це, у свою чергу, сприяє збільшенню довіри з боку клієнтів і зміцненню конкурентних позицій компанії на ринку. Додатково, використання штучного інтелекту та великих даних у плануванні перевезень допомагає зменшити витрати на логістику, підвищити точність планування та адаптуватися до мінливих умов ринку.

Таким чином, цифрова трансформація є важливим етапом розвитку автотранспортних підприємств, яка забезпечує їхню адаптацію до сучасних вимог та зміцнює конкурентоспроможність. Цифровізація сприяє впровадженню інновацій, що дозволяє не лише оптимізувати внутрішні процеси та підвищити загальну якість послуг, відповідати на очікування клієнтів і створювати більш безпечні, надійні умови для всіх учасників транспортної системи.

Література:

1.Viunyk, O., Yatsun, V., Horpynchenko, O. (2024). Planning to improve the efficiency of open systems commercial relations to ensure uninterrupted sustainable development: Regional legal aspect. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, Vol. 19, No. 3, pp. 1089-1097. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190327> <https://www.iieta.org/journals/ijstdp/paper/10.18280/ijstdp.190327>

2.Emiliya Ohar, Olena Karpil, Nataliia Mykhailuk, Olha Horpynchenko, Andriy Lynda (2022) The Use of Digital Marketing Tools for the Transformation of Brand Communications in the Modern Conditions of the Advertising Business. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. Vol. 22 No. 11 pp. 733-738. http://paper.ijcsns.org/07_book/202211/202211102.pdf

Горпинченко О.В.

кандидат економічних наук, доцент

Клявіна О.К, Бойко О.Р

здобувачки вищої освіти третього курсу спеціальності 073 «Менеджмент»

Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

SEO ТА КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА УСПІШНОГО ІНТЕРНЕТ-ПРОСУВАННЯ

У сучасному цифровому середовищі, де боротьба за увагу користувачів стає все більш інтенсивною, ефективне інтернет-просування є вирішальним для успіху будь-якого бізнесу. І стрімким розвитком технологій та зростанням кількості інтернет-користувачів компанії змушені знаходити нові підходи для залучення й утримання клієнтів. Одними з найважливіших інструментів у цій сфері є пошукова SEO-оптимізація та контент-маркетинг.

Пошукова оптимізація (SEO) — це набір методів і стратегій, спрямованих на підвищення видимості сайту в пошукових системах, таких як Google, Bing та інших. Головна мета SEO — забезпечити сайту високі позиції у результатах пошуку за релевантними запитами, що дозволяє збільшити органічний трафік. Основними складовими SEO, що сприяють досягненню цієї мети, є внутрішня, зовнішня та технічна оптимізація. [3]

Контент-маркетинг передбачає створення та поширення корисного й релевантного контенту, який відповідає інтересам і потребам цільової аудиторії. Це можуть бути блоги, статті, відео, інфографіка та інші формати, що сприяють залученню та утриманню клієнтів.

Крім того, контент-маркетинг не лише сприяє підвищенню впізнаваності бренду, але й допомагає встановити довірливі відносини з аудиторією, що є важливим фактором для довгострокового успіху. [2]

Поєднання SEO та контент-маркетингу дозволяє досягти максимального ефекту від інтернет-просування. Якісний контент допомагає покращити позиції в пошукових системах, а SEO-оптимізація забезпечує, щоб цей контент був легко знайдений вашою аудиторією. У поєднанні ці стратегії стають ефективним інструментом для залучення органічного трафіку, збільшення конверсій та посилення позицій бренду на ринку.

Компанія XYZ була заснована у 2010 році з метою забезпечення споживачів високоякісними екологічно чистими продуктами. Вони вирощують свої продукти на власних фермах, використовуючи органічні методи землеробства, що дозволяє контролювати якість на всіх етапах виробництва. Компанія активно співпрацює з місцевими фермерами, підтримуючи розвиток регіональної економіки та забезпечуючи робочі місця [1].

Компанія XYZ, розпочала свою стратегію з ретельного аналізу ринку та конкурентного середовища. Вони виявили ключові слова і теми, які цікавлять їхню цільову аудиторію, використовуючи інструменти для підбору ключових слів, зокрема Google Keyword Planner та Ahrefs. Це дозволило їм зрозуміти, які запити найчастіше використовують потенційні клієнти, і на основі цього розробити контент-план [1].

Контент-стратегія компанії XYZ включала регулярні публікації блогів, статей, відео та інфографіки. Основні теми стосувалися екологічно чистих продуктів, здорового способу життя та екологічної свідомості. Вони створювали якісний контент, який відповідав інтересам їхньої аудиторії, і використовували різні формати, щоб зробити його більш привабливим та легким для сприйняття. За допомогою SEO-оптимізації компанія покращила структуру сайту, метатеги, URL-адреси та швидкість завантаження сторінок. Вони також активно збільшували кількість якісних зовнішніх посилань на сайт за допомогою гостьових публікацій і партнерських програм. Це сприяло підвищенню видимості сайту в пошукових системах і дозволило залучити більше органічного трафіку.

Розповсюдження контенту здійснювалося через соціальні мережі, email та співпрацю з блогерами та інфлюенсерами. Це дозволило компанії розширити охоплення та залучити ще більше клієнтів. Вони активно залучали соціальні мережі для поширення контенту й залучення аудиторії, а також здійснювали email-розсилки з корисними порадами та оновленнями про нові продукти.

Регулярний аналіз результативності контенту та SEO-стратегії за допомогою аналітичних інструментів, таких як Google Analytics і SEMrush, дав компанії змогу коригувати стратегію на основі зібраних даних. Це допомагло покращити результати та досягати поставлених цілей. [1]

Таким чином, SEO та контент-маркетинг є ключовими компонентами ефективної інтернет-стратегії. Вони взаємно підтримують один одного, підвищуючи видимість сайту в пошукових системах і залучаючи цільову аудиторію через якісний контент. SEO орієнтується на оптимізацію сайту для пошукових систем, поліпшуючи його структуру, швидкість завантаження та релевантність інформації, в той час як контент-маркетинг зосереджений на створенні корисного та цікавого контенту, що відповідає запитам і інтересам користувачів. Постійний аналіз і коригування стратегії на основі отриманих даних дозволяють підвищувати ефективність і адаптуватися до змін у поведінці користувачів і алгоритмах пошукових систем.

Поєднання цих двох стратегій дозволяє досягти синергії, де кожен елемент підсилює інший. Наприклад, якісний контент, оптимізований для пошукових систем, не тільки привертає більше відвідувачів, але й утримує їх на сайті, підвищуючи ймовірність конверсії. Водночас, технічна оптимізація сайту забезпечує швидке завантаження сторінок і зручну навігацію, що покращує користувацький досвід і сприяє кращим позиціям у пошукових системах.

Загалом, успішна інтернет-стратегія вимагає комплексного підходу, де SEO та контент-маркетинг працюють разом для досягнення спільної мети — залучення та утримання клієнтів, підвищення впізнаваності бренду та збільшення конверсій. Постійний моніторинг, аналіз та адаптація до нових умов ринку дозволяють залишатися конкурентоспроможними та досягати довгострокового успіху.

Література:

1. Інформація про компанію «зроблено в Україні "XYZ" ТМ». "Зроблено в Україні "XYZ" ТМ" - контакти, товари, послуги, ціни. URL: https://xyz.ua/ua/about_us (дата звернення: 07.11.2024).
2. Що таке контент-маркетинг: визначення, рекомендації | SendPulse UA. *SendPulse*. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/content-marketing> (дата звернення: 07.11.2024).
3. Що таке SEO оптимізація сайту? Пояснюю простими словами!. *Bevisible*. URL: <https://bevisible.com.ua/blog/scho-take-seo/> (дата звернення: 07.11.2024).

Горпинченко О.В.

кандидат економічних наук, доцент

Фрейдіс Р.В.

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент» ОПП «Управління фінансово-економічною безпекою»
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

ЦИФРОВА БЕЗПЕКА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ

У сучасному світі цифрові технології стали невід'ємною частиною повсякденного життя, проникаючи у всі сфери діяльності – від особистих фінансів до складних корпоративних систем. Разом з численними можливостями для розвитку та оптимізації бізнес-процесів, ці технології також відкривають нові виклики в сфері забезпечення безпеки інформації та захисту приватних даних.

Цифрова безпека, що охоплює захист комп'ютерних систем, мереж, програмного забезпечення та даних, стає одним з найбільш критичних аспектів для організацій і державних установ у всьому світі. З огляду на те, що зростає кількість кібератак, витоків даних і випадків крадіжки особистої інформації, питання цифрової безпеки набуває особливої актуальності. Проблеми кібербезпеки, такі як фішинг, віруси, шкідливе програмне забезпечення та зловмисний доступ до особистих даних, можуть мати серйозні економічні та репутаційні наслідки як для окремих користувачів, так і для цілих компаній.

Окрім того, цифрова безпека є ключовим фактором у забезпеченні стабільності цифрової економіки, яка активно розвивається в умовах глобалізації. Інститути і підприємства, що не приділяють належної уваги захисту своїх інформаційних ресурсів, можуть опинитися в ситуації, коли втратять не лише фінансові активи, але й довіру своїх клієнтів та партнерів.

Невід'ємною частиною цифрової безпеки є також освіченість користувачів: в умовах постійно зростаючої складності кіберзагроз важливо, щоб кожен користувач мав базові знання та навички для захисту своїх персональних даних і приватної інформації в інтернеті.

Іншим значним викликом є захист персональних даних, який набуває все більшої актуальності у світі, де дані є цінним ресурсом. Зростання кількості даних, що збираються через соціальні мережі, електронні платежі та інші онлайн-сервіси, відкриває нові можливості для витоків і крадіжок інформації. Порушення конфіденційності може призвести до значних юридичних та фінансових наслідків, а також подриву довіри до компаній і сервісів. На тлі цього також виникає необхідність дотримання суворих стандартів і законодавства щодо захисту персональних даних, як-от GDPR в Європейському Союзі.