

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ЦИФРОВОГО ПРОДУКТУ (НА ПРИКЛАДІ «ДІЯ»)**Стойчан М.В.**

студент 4 курсу факультету міжнародних відносин і журналістики
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця
м. Харків, Україна

Цифровий продукт – це будь-який продукт, який доставляється або використовується в цифровій формі, наприклад, програмне забезпечення, цифрові ЗМІ, онлайн-послуги, освітні продукти тощо. Успішними цифровими продуктами можна вважати Dropbox, Spotify, Netflix, Amazon Kindle, Google Apps тощо.

Водночас в Україні реалізовано масштабний цифровий продукт – застосунок «Дія». Дія – це мобільний застосунок, вебпортал та бренд цифрової держави в Україні, розроблений Міністерством цифрової трансформації України.

Цифрові продукти відрізняються від фізичних продуктів тим, що їх можна легко відтворити, розповсюджувати та масштабувати. Це робить їх дуже економічно вигідними для продажу та може охопити ширшу аудиторію.

Дослідження особливостей просування цифрових продуктів сприятиме популяризації та масштабуванню українських цифрових продуктів за рахунок вивчення цільової аудиторії, оцінки конкурентного ландшафту, вимірювання ефективності впроваджених кампаній та розроблення ефективної маркетингової стратегії

У першу чергу слід зазначити, що впровадження навіть найефективнішої маркетингової стратегії не буде результативним без достатнього рівня якості продукту [2]. Обраний цифровий продукт «Дія» дозволяє громадянам України отримувати доступ до понад 700 державних послуг онлайн, не виходячи з дому, включаючи такі послуги, як: отримання паспорта, посвідчення водія, сплату податків, реєстрацію бізнесу та багато іншого. Використовуються найсучасніші технології безпеки для захисту даних користувачів і пропонується прозорий процес надання послуг, дозволяючи користувачам відстежувати статус своїх запитів та отримувати повідомлення про оновлення. А постійне оновлення новими функціями та послугами, щоб відповідати потребам користувачів, робить продукт актуальним і сприяє його популяризації [7].

«Дія» просувається за допомогою масштабної рекламної кампанії, яка включає телевізійну рекламу, радіорекламу, зовнішню рекламу та рекламу в соціальних мережах. Щоб просувати застосунок та підвищувати обізнаність про нього, маркетингова стратегія включає співпрацю з лідерами думок. Маркетологи «Дії» використовують різні цифрові маркетингові кампанії, щоб охопити цільову аудиторію [4]. Окрім того, представники «Дії» беруть участь у заходах по всій Україні, щоб продемонструвати застосунок та його можливості.

«Дія» стала однією з найпопулярніших цифрових платформ в Україні. За даними Міністерства цифрової трансформації України, станом на травень 2024 року понад 20 мільйонів українців зареєструвалися на платформі [7]. Дія також отримала міжнародне визнання, здобувши кілька нагород за інновації та дизайн.

Загальний висновок полягає в тому, що особливість просування цифрового продукту у двох ключових компонентах – якості самого продукту та комплексного підходу. У просуванні та впровадженні такого продукту слід використовувати інноваційні технології – наприклад, «Дія» використовує гейміфікації, щоб зробити використання платформи більш цікавим та привабливим. Робимо висновок, що цифровий продукт набуває популярності, коли він відповідає основним потребам цільової аудиторії та будує стратегію маркетингу на основі вподобань, інтересів та каналів комунікації, що використовують потенційні споживачі послуг.

Популяризація цифрових продуктів має глибокий і всеосяжний вплив на суспільство. Зростання популярності цифрових продуктів стимулює зростання цифрової економіки, яка включає в себе електронну комерцію, онлайн-послуги, цифрові ЗМІ та інші галузі, що сприяє створенню нових робочих місць та нових можливостей для бізнесу. Цифрові продукти можуть допомогти підприємствам підвищити свою продуктивність та ефективність за рахунок автоматизації завдань, покращення комунікації та співпраці, а також оптимізації бізнес-процесів. У випадку з цифровим продуктом «Дія», популяризація сприяє покращенню рівня життя в державі, протидії корупції, оптимізації суспільних процесів та поліпшення позицій України на міжнародній арені [3].

Ця публікація служить основою для подальших наукових розвідок у сфері просування цифрових продуктів.

Список літератури:

1. Баран Р. Я. Оцінка ефективності рекламної діяльності в інтернеті. / Р. Я. Баран, М. Й. Романчукевич // Ефективна економіка. – 2019. – [Електронний ресурс]. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.7.36> – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2019/38.pdf.
2. Гавриленко Н. Г. Планування рекламної кампанії підприємства [Електронний ресурс] / Н. Г. Гавриленко, М. С. Шкода // II всеукраїнська наукова Інтернет-конференція «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи» – Режим доступу до ресурсу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9910/1/OIPR2017_P135-141.pdf.
3. Дахно І. І., Барановська В. М., Бовтрук Ю. А. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 472 с.
4. Домашева Є. А. Підходи до оцінювання ефективності маркетингових інтернет-комунікацій / Є. А. Домашева, О. В. Зозульов // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2016. – № 13. – С. 353–360. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.13.2016.80566>
5. Ковшик В. І. Оцінка ефективності інтернет-реклами / В. І. Ковшик, А. Б. Зубкова // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Актуальні проблеми управління та фінансового господарської діяльності підприємства. – Харків : НТУ «ХП». – 2011. – № 39. – С. 69–77.
6. Ларіна К. В. Практичні аспекти зміни дискурсу бренд-комунікацій під час війни / К. В. Ларіна // Пріоритети розвитку міжнародної економічної діяльності країни в умовах глобалізації: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених, 27 квітня 2023 р. : тези допов. – Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2023. – С. 57-59.
7. Цифровий продукт \"Дія\" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://diia.gov.ua/>.