

Boiko N. (2024). APPLICATION OF BEACON TECHNOLOGY IN OMNICHANNEL MARKETING: EUROPEAN EXPERIENCE, PROSPECTS FOR UKRAINE. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences, 334(5), 351-356. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-52>. (англ. мова). 0,45 ум. друк. арк.

У статті представлені ключові результати європейського досвіду застосування технології beacon у омніканальному маркетингу у сфері комерції з метою виявлення можливостей та перспектив використання цього досвіду в Україні. Визначено відмінності між мультиканальним та омніканальним маркетингом. Для розвитку основних напрямів цифрових технологій в маркетингу потрібно актуалізувати компоненти, що входять до структури інтегрованих маркетингових комунікацій. Встановлено, що під впливом сучасних інтернет-технологій необхідно знову визначити розрізнені точки дотику з клієнтами, які впливають на залучення споживачів та отримання прибутку від використання різних омніканалів.

Ключові слова: beacon-технології, омніканальний маркетинг, тренди маркетингу, діджиталізація цифровий маркетинг, інтернет-маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингова стратегія, маркетингові комунікації, електронна комерція, поведінка споживача

The article presents the key results of the European experience of using beacon technology in omnichannel marketing in the field of commerce in order to identify opportunities and prospects for using this experience in Ukraine. The differences between multichannel and omnichannel marketing are determined. For the development of the main directions of digital technologies in marketing, it is necessary to update the components included in the structure of integrated marketing communications. It is established that under the influence of modern Internet technologies, it is necessary to re-define the distinct points of contact with customers that affect consumer attraction and profit from the use of various omnichannels.

Keywords: beacon technologies, omnichannel marketing, marketing trends, digitalization, digital marketing, Internet marketing, marketing activities, marketing strategy, marketing communications, e-commerce, consumer behavior