

РОЗДІЛ 3 МАРКЕТИНГ

УДК 658.8:004.738.5

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-99-5>

Білик І. І.

Церковнюк О. Е.

Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ІТ-КОМПАНІЙ

У сучасному інноваційному світі, де технології стрімко розвиваються, ІТ-компанії повинні динамічно адаптуватися та впроваджувати передові маркетингові стратегії для забезпечення росту та успіху компаній. Досліджено сучасні методи та інструменти, які надають ІТ-підприємствам можливість виходити за межі звичайних стратегій та створювати ефективні маркетингові кампанії (на прикладі компанії ТОВ "СОФТСЕРВ"), сприяючи не лише просуванню продуктів, але й будуючи власний бренд та утримуючи лідерську позицію на ринку та стають невід'ємним ресурсом для досягнення успіху. Проаналізовано поняття інтегрованого та ітераційного маркетингу. Розглянуто ключові інноваційні інструменти ІТ-компаній, серед яких варто виділити кастомізацію, яка дозволяє адаптувати продукти до конкретних потреб клієнтів, чат-боти, що полегшують взаємодію з користувачами, використання віртуальної та змішаної реальності для створення імерсивних маркетингових кампаній, інфлюенс-маркетинг для підсилення впливу від співпраці з впливовими особами та розумний аналіз даних для більш точного спрямування маркетингових стратегій. Цей комплексний підхід до використання інноваційних маркетингових інструментів створює невід'ємні умови для зміцнення конкурентоспроможності ІТ-компаній, підвищення їхнього впливу та забезпечення стабільного успіху у цифровому середовищі.

Ключові слова: інноваційний маркетинг, ІТ-компанії, ІТ-процеси автоматизації, інформаційні технології, стратегії маркетингу.

Постановка проблеми. Дослідження ключових аспектів інноваційного маркетингу дозволить визначити їх значущість та вплив на покращення стратегій маркетингу, підвищення конкурентоспроможності ІТ-компаній та забезпечення сталого росту в умовах швидко змінюваного цифрового середовища.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз літературних джерел підтверджує розгалужений характер досліджень у сфері інноваційних маркетингових інструментів для ІТ-компаній. Різноманіття підходів, вивчених аспектів та розроблених стратегій свідчать про активний інтерес наукової спільноти до цієї теми [1; 2]. Останні дослідження приділяють увагу таким аспектам, як використання віртуальної реальності для створення імерсивних маркетингових кампаній та відображення продуктів, ефективність інфлюенс-маркетингу в контексті співпраці з впливовими особами, а також впровадження чат-ботів для покращення взаємодії з клієнтами та автоматизації процесів обслуговування користувачів, що вказує на постійний розвиток і вдосконалення стратегій маркетингу в індустрії інформаційних технологій [3–5].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Необхідність більш глибокого дослідження концепції інтегрованого та ітераційного маркетингу в контексті ІТ-компаній, аналіз новітніх тенденцій у використанні віртуальної та змішаної реальності в маркетингових стратегіях, а також подальше дослідження впливу інфлюенс-маркетингу та розумного аналізу даних на результативність маркетингових кампаній ІТ-компаній може призвести до розширення розуміння ефективності та потенціалу інноваційних маркетингових інструментів для ІТ-компаній. Результати такого дослідження можуть служити підґрунтям для розробки нових стратегій маркетингу,

підвищення конкурентоспроможності компаній, а також розкриття нових можливостей для впровадження інновацій у сферу маркетингу.

Мета статті полягає в розгляді та аналізі конкретних інноваційних маркетингових інструментів, таких як кастомізація, чат-боти, використання віртуальної та змішаної реальності, інфлюенс-маркетинг, розумний аналіз даних та інші, які успішно впроваджуються ІТ-компаніями для просування продуктів та послуг у цифровому середовищі. Методика дослідження включала аналіз літературних джерел, огляд сучасних маркетингових трендів та вивчення наукових та практичних робіт, пов'язаних з інноваційними маркетинговими інструментами для ІТ-компаній.

Виклад основного матеріалу. ІТ-індустрія визначається не лише своєю величезною розмірністю, але й неймовірною швидкістю розвитку. Сучасний технологічний ландшафт, що пропонує новаторські рішення та продукти, робить її однією з найдинамічніших та впливових галузей у світовій економіці.

Зараз ІТ-сфера охоплює безліч сегментів, включаючи розробку програмного забезпечення, хмарні технології, штучний інтелект, кібербезпеку, аналітику даних, інтернет речей (IoT) та багато інших. Ця диверсифікація дозволяє ІТ-компаніям пристосовуватися до різноманітних вимог та залишатися на передових позиціях у власних галузях.

Швидкий ріст ІТ-індустрії, зумовлений стрімким технологічним прогресом, надає безліч можливостей для підприємств у цьому секторі. За короткий період часу вони можуть стати лідерами ринку або перетворити устарілі технології в нові стандарти. Такий динамічний характер галузі обумовлює постійну потребу в ефективних цифрових маркетингових інструментах для того, щоб компанії не тільки вижили в цьому конкурентному середовищі, але й зростали і процвітали [6].

Багато країн вбачають можливість використання інформаційних технологій в економічному процесі своїх держав та розробляють стратегії, спрямовані на збільшення ролі IT-технологій у власних економіках. Сьогодні ринок інформаційних послуг в Україні менш розвинений порівняно з ринками США чи Європи, але це не заважає багатьом компаніям в розвитку вітчизняної IT-галузі та вкладанню коштів у розвиток інноваційних технологій. Незважаючи на те, що український ринок інформаційних послуг менший за американський чи європейський, багато компаній розвиваються в даній сфері та інвестують в українські IT-технології. При цьому, підприємства в Україні також прагнуть використовувати нові маркетингові інструменти, що допомагають їм просуванню своєї продукції серед численних конкурентів. Стратегії маркетингу стають ключовим фактором у конкурентному середовищі, де компанії прагнуть здобути увагу клієнтів та виокремитися на фоні інших учасників ринку. Українські компанії активно застосовують нові інструменти для підвищення своєї видимості та привертання уваги споживачів у світі інформаційних технологій.

Україна, яка відома своєю ключовою роллю в світі інформаційних технологій, зараз відчуває важливий вплив нестабільної політичної ситуації на своїй території. Стабільність та розвиток IT-галузі стали об'єктом випробувань, і їхні результати вже відображаються в статистиці. Протягом періоду конфлікту майже половина IT-компаній України відзначила негативну динаміку. Кількість IT-спеціалістів зменшилася практично на три тисячі осіб. Зміни також стали відчутними серед лідерів "великої п'ятірки" в індустрії найбільших IT-компаній. Компанії, такі як Ciklum, вперше за десять років опустилися за межі п'яти найбільших у цьому рейтингу. У той час як інші втрачають свої позиції, EPAM продовжує утримувати статус найбільшої IT-компанії України, незважаючи на суттєве зменшення кількості персоналу [7]. Умови кризи представляють серйозний виклик для галузі, але водночас вона демонструє гнучкість та узгоджену відповідь на них, зберігаючи погужий потенціал для подальшого розвитку.

IT-індустрія, згідно із звітом IT Ukraine Association, який посилається на дані Національного банку України, за результатами 2022 року, забезпечила валютні надходження в українську економіку на рівні \$7,34 млрд, Обсяг експорту зріс на \$400 млн в порівнянні з довоєнним 2021 роком [8]. IT-компанії в Україні ведуть діяльність у різних сферах і надають різноманітні послуги та розробляють продукти для клієнтів з усього світу. Деякі основні напрямки, в яких діють IT-компанії в Україні, включають: розробка програмного забезпечення, хмарні технології, Штучний Інтелект, кібербезпека, аутсорсинг, розробка для Інтернету речей, геймдевелопмент та інші сучасні технологічні напрямками, вносячи суттєвий вклад у глобальну IT-індустрію.

ТОВ «СофтСерв» (SoftServe) - одна з провідних українських IT-компаній, заснована в 1993 році у Львові. Завдяки глобальній присутності у США, Європі та Азії, вона надає різноманітні послуги, включаючи розробку програмного забезпечення, консультування та аналітику. SoftServe відома своєю експертизою в різних галузях, включаючи охорону здоров'я, фінанси та телекомунікації. Компанія відзначається відкритою корпоратив-

ною культурою та активною участю у розвитку IT-громадськості. SoftServe приймає участь у великих інноваційних проєктах та допомагає клієнтам впроваджувати передові технології [9].

SoftServe в основному спеціалізується на наданні послуг розробки програмного забезпечення та консалтингу, але вона не виробляє власні продукти в традиційному розумінні. Замість цього, компанія створює рішення та програмне забезпечення на замовлення для своїх клієнтів. Основні напрямки діяльності та послуги SoftServe включають: розробку програмного забезпечення, консалтинг та стратегічні послуги, аналітика даних, інноваційні технології, тестування та якість програмного забезпечення [10].

У сучасному світі майже кожен користувач, навіть найменше підприємство, активно використовує IT-технології як в навчанні, так і у повсякденному житті. Відомості, персональні комп'ютери та мобільні пристрої стали необхідними супутниками для людей XXI століття. У сфері охорони здоров'я та життєвих наук, SoftServe займає лідируючі позиції. Вони надають інноваційні інженерні послуги для зв'язаної медичної екосистеми [11]. Крім того, їхні послуги з програмної інженерії охоплюють цифрову інновацію продуктів та повну трансформацію бізнесу [12].

SoftServe, як міжнародна IT-компанія з українським корінням, впроваджує різноманітні маркетингові стратегії для свого розвитку та підвищення свого профілю. Загалом, SoftServe використовує комплексний підхід до маркетингу, спираючись на інновації, розвиток співробітників та соціальну відповідальність [13]. Серед них варто відзначити:

1. Цифрове печиво (Cookies): SoftServe використовує cookies на своєму веб-сайті для персоналізації досвіду користувачів, покращення навігації та відображення релевантної реклами.

2. Кар'єрні можливості: Компанія активно просуває свої вакансії, надає можливість працювати дистанційно, має багатий пакет бенефітів для співробітників.

3. Університет SoftServe: Це навчальна екосистема, де співробітники можуть розвивати свої компетенції через різноманітні навчальні рішення, сертифікацію та співпрацю з університетами.

4. Соціальна відповідальність: SoftServe активно підтримує благодійні проєкти, включаючи створення Благодійного Фонду "Відкриті очі" та краудсорсингову платформу "Open Tech" для вирішення соціальних проблем.

5. Місія та цінності: SoftServe прагне давати можливість талановитим людям змінювати світ, і це відображається в їхній екосистемі цінностей, таких як "Synergy", "Opportunity", "Fearless" та "Trust" [10].

Основну частину маркетингових заходів компанії SoftServe складають так звані заходи з маркетингу для партнерів і клієнтів. Серед них варто відзначити участь у різноманітних виставках, семінарах, проведення конференцій, презентацій, вебінарів, навчальних тренінгів для партнерів та роуд-шоу.

Роуд-шоу – це маркетингова стратегія, яка передбачає серію подій чи презентацій, що проходять у різних локаціях чи містах для просування продукту, послуги або компанії [13]. Це може включати в себе участь у виставках, конференціях, семінарах, презентаціях та інших подіях з метою привертання уваги аудиторії, партнерів чи клієнтів. В Україні даний напрямок використовується не так давно. SoftServe також

проводить роуд-шоу по регіонах України. Наприклад, від серпня до жовтня 2021 року компанія провела роуд-шоу в 10 містах [14; 15]. Роуд-шоу складається з кількох етапів:

- планування - визначення мети та цілей роуд-шоу, вибір локацій і графіку подій та розробка бюджету.

- промоція та анонсування – реклама та просування подій через різні канали (онлайн, соцмережі, ЗМІ), анонсування контенту та переваг події.

- підготовка та логістика – розробка презентацій та матеріалів, забезпечення логістичних аспектів (місце проведення, обладнання).

- проведення подій – презентації продуктів або послуг, взаємодія зі споживачами, використання розважальних елементів для залучення уваги.

- збір даних та звітність – збір контактної інформації від учасників та аналіз результатів та оцінка ефективності роуд-шоу.

- взаємодія після подій – використання отриманих даних для подальших маркетингових заходів та надсилання подяк за участь та пропозиції для подальшої співпраці.

Кожен з цих етапів важливий для успішної реалізації роуд-шоу та досягнення її цілей. Роуд-шоу відзначається своєю новизною у сфері маркетингу завдяки кільком ключовим аспектам. По-перше, він створює унікальну можливість особистого контакту та зустрічі з потенційними клієнтами чи партнерами, що надає події особливого характеру. Додатковою перевагою є інтерактивність заходу, де презентації та розважальні програми залучають увагу аудиторії, роблячи її участь більш захоплюючою. По-друге, роуд-шоу забезпечує можливість збору даних в реальному часі, що дозволяє компаніям отримувати оперативний зворотний зв'язок та адаптувати свою стратегію на льоту. Поєднання особистої взаємодії та технологічних можливостей робить роуд-шоу ефективним інструментом для збору інформації.

Додатково, роуд-шоу сприяє побудові спільноти, оскільки участь у події на одній площі створює можливість для спільної взаємодії та обміну ідеями. Це сприяє формуванню сильної спільноти, яка підтримує бренд. Загалом, роуд-шоу не лише надає платформу для презентації продуктів чи послуг, але й створює неповторний брендвий досвід та відкриває нові можливості для взаємодії між компанією та її аудиторією.

SoftServe є консультантським партнером рівня Premier в мережі AWS Partner Network (APN) та використовує передовий досвід AWS для надання послуг у сфері фінансів, охорони здоров'я, роздрібною торгівлі, міграції в хмару та SAAS [16]. Також, як партнер APN Premier Consulting Partner, компанія SoftServe співпрацює з підпри-

ємствами у сферах енергетики, нафти і газу, розробляючи ефективні стратегії та передові хмарні інтеграції AWS [17]. Все це свідчить про використання компанією «партнерського маркетингу» або «бізнес-розвитку через партнерство».

Цей успішний шлях від маленького офісного столу до провідної IT-компанії свідчить про величезний внутрішній потенціал та здатність SoftServe до інновацій та росту. Але для того щоб вийти на новий рівень свого розвитку, необхідно задуматися про впровадження системи інноваційного маркетингу.

Інноваційний маркетинг – це стратегічний підхід до маркетингу, який активно використовує передові інноваційні технології, методи та концепції для досягнення мети компанії. Основна ідея полягає в тому, щоб впроваджувати новаторські підходи у всі аспекти маркетингової стратегії з метою створення конкурентних переваг і відповіді на змінювані потреби та очікування споживачів [18]. Ключові аспекти інноваційного маркетингу подано у табл. 1.

Багато організацій помилково вважають, що інноваційний маркетинг – це лише діяльність з просування нововведень на ринок, яка має на меті продовження життєвого циклу товару. Однак інноваційний маркетинг – це діяльність, яка охоплює всі аспекти «життя» організації – від ідеї нового продукту до методів управління персоналом. Інноваційний маркетинг дозволяє компанії виходити за межі традиційних методів та пристосовуватися до швидкозмінюваних умов бізнес-середовища, сприяючи створенню унікальних пропозицій і забезпечуючи їхню конкурентоспроможність.

Інноваційний маркетинг можна розглядати як комплексний підхід, який охоплює інновації як з точки зору товару, так і з точки зору виробника. Цю концепцію називають концепцією інтегрованого маркетингу. Ефективність впровадження інновацій залежить від того, які та як використовуються маркетингові технології для взаємодії між клієнтом і виробником з метою визначення нових потреб чи вимог до інноваційного продукту. Необхідно визнати, що інновації, які враховують поточні вимоги ринку, мають менший ризик. Бажано створювати систему управління підприємством, яка спрямована на постійний розвиток інноваційної діяльності. Це дозволить компанії випускати продукти, що випереджають потреби ринку. Такий підхід сприятиме формуванню у підприємства іміджу інноваційно активної компанії і допоможе займати лідерську позицію серед конкурентів. Коректно організована інноваційна діяльність дозволяє компанії створювати нові ринки та задовольняти потреби клієнтів, використовуючи при цьому творчі зусилля спільно з технологічними новаціями.

Таблиця 1

Ключові елементи інноваційного маркетингу

Інноваційні елементи	Опис
Використання передових технологій	Використання штучного інтелекту, розширеної реальності, блокчейну, великих даних та інших новітніх інструментів.
Створення унікальних досвідів користувачів	Розробка іммерсивних та персоналізованих взаємодій для створення захоплюючого досвіду користувачів.
Співпраця з інноваційними партнерами	Встановлення стратегічних партнерств з технологічними стартапами та компаніями, що працюють над передовими рішеннями.
Стимулювання та підтримка внутрішнього інноваційного середовища	Залучення працівників до творчого процесу та підтримка їхніх ініціатив в компанії.
Агільний підхід до стратегій та кампаній	Швидке реагування на зміни на ринку та впровадження гнучких стратегій для адаптації до нових умов.

Джерело: розроблено авторами на основі [18]

Використання ітераційного маркетингу, це одна із концепцій інноваційного маркетингу. Ітераційний маркетинг – це підхід, який передбачає постійну оптимізацію та вдосконалення маркетингових стратегій на основі зібраних даних та відгуків від клієнтів. Замість одноразових кампаній, ітераційний маркетинг спрямований на постійне вдосконалення, адаптацію та зміни стратегій для досягнення кращих результатів. Це дозволяє компаніям більш ефективно взаємодіяти зі своїми клієнтами та відповідати на їхні потреби та очікування.

Ітераційний маркетинг у сфері IT-компаній можна порівняти із постійним вдосконаленням програмного коду чи розробкою нових продуктів. Кожен етап включає в себе аналіз даних, взаємодію з клієнтами та вдосконалення стратегій, щоб найкращим чином відповідати потребам ринку та забезпечити високу якість продуктів чи послуг. Ітераційний підхід дозволяє IT-компаніям швидко реагувати на зміни, ефективно взаємодіяти зі своєю аудиторією та постійно удосконалювати свої стратегії для досягнення оптимальних результатів.

Інноваційний маркетинг дозволяє IT-компаніям створювати та впроваджувати новаторські продукти, включаючи використання соціальних мереж, креативного контенту та партнерства з впливовими особами. Інновації також допомагають визначити конкурентні переваги, створюючи унікальні продукти та вражаючи споживачів. Ефективне впровадження нових технологій і залучення споживачів у розробку інновацій сприяє адаптації до реальних потреб аудиторії. Крім того, інноваційний маркетинг допомагає компаніям будувати репутацію лідера в галузі та створювати позитивне сприйняття бренду. Таким чином, інноваційний маркетинг визначає успіх високотехнологічних компаній, забезпечуючи їхній стійкий розвиток.

Говорячи про сферу IT, важливо зазначити специфіку її маркетингу, оскільки компанії, які розробляють програмні продукти, активно працюють на обох ринках – B2B та B2C. Це означає, що їхні продукти призначені як для корпоративних клієнтів, так і для кінцевих споживачів, які використовують продукти для особистого використання. Така подвійна лінійка продуктів вимагає від компаній використання різних маркетингових стратегій для кожного з ринків. В інших аспектах маркетинг таких компаній схожий на той, який використовується в інших галузях.

Можна окремо виділити використання такого інструменту інноваційного маркетингу як кастомізація. IT-компанії можуть використовувати кастомізацію свого програмного забезпечення для корпоративних клієнтів, надаючи їм можливість вибирати лише ті функції, які необхідні для їхнього бізнесу. Також, може бути розроблено індивідуальні рішення для кожного клієнта, враховуючи унікальні потреби та вимоги. Це дозволяє компанії побудувати довгострокові відносини з клієнтами, сприяючи вирішенню конкретних завдань та ефективному використанню IT-рішень.

SoftServe, як інноваційна IT-компанія, може успішно використовувати кастомізацію в ряді своїх продуктів та послуг, а саме створювати унікальні рішення для кожного клієнта, враховуючи їхні специфічні потреби та галузеві особливості. Кастомізація може бути використана для надання індивідуальних консультацій та розробки стратегій для кожного клієнта. SoftServe може вдоско-

налити свої системи управління проектами, дозволяючи клієнтам обирати тільки ті інструменти та функції, які їм необхідні для конкретного проекту. Компанія може використовувати кастомізацію власних внутрішніх систем та інструментів для забезпечення більш ефективної роботи своїх команд та розширити свою лінійку послуг, дозволяючи клієнтам вибирати конкретні послуги та пакети, що найкраще відповідають їхнім потребам. В цілому, технологія кастомізації робить IT-компанії більш гнучкими, конкурентоспроможними та здатними ефективно відповідати на індивідуальні вимоги своїх клієнтів.

Чат-боти, як один із інноваційних продуктів штучного інтелекту, є важливим інструментом для IT-компаній, допомагаючи вирішувати різні завдання та покращувати взаємодію з клієнтами. Автоматизація клієнтського обслуговування, генерація лідів, підтримка користувачів у реальному часі, покращення користувацького досвіду, аналіз даних, участь у маркетингових кампаніях, збільшення продуктивності – всі ці позитивні аспекти чат-ботів допомагають IT-компаніям підвищувати ефективність бізнесу та підвищувати задоволеність клієнтів. Прикладом можуть слугувати такі чат боти як Intercom, що використовується для забезпечення обслуговування клієнтів, взаємодії з користувачами на веб-сайті, а також для генерації лідів. Drift призначений для покращення продажів і обслуговування клієнтів, забезпечуючи можливість спілкування в режимі реального часу. HubSpot Chatbot, використовується для автоматизації маркетингових та продажних процесів, генерації лідів та взаємодії з клієнтами. Ada – використовується для надання автоматизованої підтримки та відповідей на питання користувачів. Rasa, відкрита платформа для створення чат-ботів, яка може бути призначена для індивідуальних потреб IT-компанії. IT Process Automation Bots, інші IT-специфічні чат-боти, що можуть використовуватися для автоматизації процесів, таких як вирішення технічних питань, системний моніторинг тощо. Кожен з цих чат-ботів може бути налаштований для конкретних потреб IT-компанії, забезпечуючи підтримку користувачів, автоматизацію завдань та покращення взаємодії з клієнтами.

Розумний аналіз даних (Smart Data Analytics) є також ефективним інструментом інноваційного маркетингу в сучасних компаніях. Застосування аналізу даних для глибокого розуміння клієнтської поведінки, прогнозування ринкових тенденцій та прийняття обґрунтованих рішень дозволяє підприємствам точно та цілеспрямовано налаштувати свої маркетингові стратегії.

Цей інструмент дозволяє компаніям виявляти ключові закономірності в зібраних даних, що стосуються споживацьких уподобань, попиту на ринку та ефективності маркетингових заходів. Глибокий аналіз даних надає можливість компаніям пристосовувати свої стратегії до змін у клієнтському попиті, тим самим забезпечуючи більш ефективно та конкурентоспроможне позиціонування на ринку.

Застосування розумного аналізу даних також сприяє створенню персоналізованих маркетингових кампаній, орієнтованих на індивідуальні потреби клієнтів. Такий підхід забезпечує вищий рівень задоволеності клієнтів та збільшує ефективність рекламних заходів, оскільки вони більш точно відповідають очікуванням та інтересам цільової аудиторії. Таким чином, розумний аналіз даних виступає ключовим фактором для

Таблиця 2

Використання VR та AR в маркетингових стратегіях ІТ-компаній

Ключові аспекти	Використання VR та AR для ІТ-компаній	Приклад використання
Імерсивні маркетингові кампанії	Організація віртуальних подій, презентацій, інтерактивних заходів.	Використання VR дозволяє створювати імерсивні враження для клієнтів. ІТ-компанії можуть організувати віртуальні події, презентації продуктів та інші інтерактивні заходи, які залучають увагу та залишають невимірюваний слід у пам'яті споживачів.
Віртуальний та розширений простір для продуктів	Відображення продуктів через AR для перегляду та прийняття рішень.	AR надає можливість відобразити продукти компанії у реальному часі через мобільні пристрої або AR-окуляри. Клієнти можуть переглядати продукти перед покупкою, сприяючи прийняттю інформованих рішень.
Персоналізація заходів:	Створення персоналізованих вражень, таких як віртуальні тури.	VR і AR можуть бути використані для створення персоналізованих вражень. Наприклад, віртуальний тур по офісу чи демонстрація продукту в адаптованому середовищі, що враховує індивідуальні потреби клієнта.
Взаємодія з продуктами	Сканування QR-кодів для отримання додаткової інформації.	Використання AR дозволяє клієнтам взаємодіяти з продуктами в режимі реального часу. Наприклад, сканування QR-кодів на продуктах, щоб отримати додаткову інформацію або спробувати віртуальні функції.
Віртуальний тест-драйв	Організація віртуальних тест-драйвів програмного забезпечення.	Віртуальні технології можуть використовуватися для організації віртуальних тест-драйвів програмного забезпечення або інших ІТ-рішень. Клієнти можуть експериментувати з продуктами безпосередньо в імерсивному середовищі.
Відображення служб	Використання AR для відображення інформації про обслуговування.	AR може бути використаний для відображення інформації про служби чи ремонт продуктів. Наприклад, сканування компонентів апаратної частини для отримання інструкцій з обслуговування.

Джерело: розроблено авторами на основі [16]

вдосконалення стратегій маркетингу та забезпечення стійкого успіху компаній в умовах зростаючої конкуренції.

Віртуальна та Змішана Реальність (VR і AR) стали потужними інструментами для реалізації інноваційних маркетингових стратегій в ІТ-компаніях. Можна виділити кілька ключових аспектів їх використання (табл. 2).

Загальна мета використання VR та AR у маркетингу для ІТ-компаній – це створити захоплюючі та інтерактивні враження, які сприяють підвищенню уваги клієнтів, покращенню взаємодії та позитивних емоцій.

Однією з ефективних стратегій для ІТ-компаній є використання інфлюенс-маркетингу. Цей інструмент дозволяє встановлювати стратегічні партнерства з впливовими особами, які вже мають значну аудиторію та авторитет у своєму сегменті. Співпраця з впливовими особами надає ІТ-компаніям можливість привертати увагу нових клієнтів та розширювати своє впливове коло. Це особливо важливо в умовах конкурентного середовища, де ІТ-компанії прагнуть вирізнитися та збільшити свою конкурентоспроможність.

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження і враховуючи сучасні тенденції, стає очевидним, що інновацій-

ний маркетинг стає критичною складовою для ІТ-компаній, що працюють у вік цифрових технологій. Споживачі сьогодні активно виявляють зацікавленість у якісних продуктах та послугах, звертаючи увагу на їхню інноваційність та відповідність сучасним стандартам. За результатами дослідження було виявлено, що компанії, які активно впроваджують систему інноваційного маркетингу, мають потенціал стати лідерами на ринку та забезпечити стабільний ріст.

Важливим аспектом є адаптація концепцій інноваційного маркетингу до конкретних сегментів ринку, зокрема, врахування особливостей ІТ-сфери. Серед ключових інструментів, які допомагають ІТ-компаніям бути лідерами, варто відзначити використання віртуальної та змішаної реальності, інфлюенс-маркетинг, чат-боти, розумний аналіз даних, ітераційний та кастомізований підхід.

Заключно можна зазначити, що інноваційний маркетинг стає не лише філософією бізнесу, але й ключовим інструментом для стимулювання інноваційної активності ІТ-компаній. Розробка та впровадження новаторських стратегій сприяють не лише просуванню продуктів, але й побудові сильного бренду, що важливо для забезпечення конкурентоспроможності та сталого успіху в вік цифрових технологій.

Список використаних джерел:

1. Чайкіна А. О., Кравченко О. М., Похідня Б. А. Інноваційні маркетингові технології управління ІТ-проектами. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2022/69_2022/23.pdf (дата звернення: 14.12.2023).
2. Мосова А. Д. Сучасні види інноваційного маркетингу в діяльності підприємств. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/12_2018/17.pdf (дата звернення: 14.12.2023).
3. 7 Successful Marketing Strategies for Technology, Software & SaaS Companies. Insivia. URL: <https://www.insivia.com/7-key-marketing-strategies-technology-software-companies/> (дата звернення: 14.12.2023).
4. Top 9 Digital Marketing Strategies for IT Companies by Seota Digital Marketing. Seota Digital Marketing. URL: <https://www.seota.com/digital-marketing-strategies-it-companies/> (дата звернення: 14.12.2023).
5. Marketing for IT companies: The best strategies to use. URL: <https://eserto.com/marketing-for-it-companies/> (дата звернення: 14.12.2023).
6. Best Practices for HUGE IT Marketing Results. URL: <https://altitudemarketing.com/blog/marketing-it-companies/> (дата звернення: 14.12.2023).
7. Рейтинг ТОП-50 найбільш ІТ-компаній в Україні. URL: <https://inventure.com.ua/uk/tools/database/rejting-top-50-najbilshi-it-kompaniyi-v-ukrayini> (дата звернення: 14.12.2023).

8. Прасад А. Український експорт ІТ-послуг у 2022 році склав \$7,3 млрд. Це найбільший показник за всю історію існування галузі в країні. Forbes.ua. URL: <https://forbes.ua/news/ukrainskiy-eksport-it-poslug-u-2022-rotsi-sklav-73-mlrd-tse-naibilshiy-pokaznik-z-pochatku-isnuvannya-galuzi-v-kraini-31012023-11421> (дата звернення: 17.12.2023).
9. SoftServe: новини компанії, інформація про SoftServe. URL: <https://forbes.ua/profile/softserve-306> (дата звернення: 17.12.2023).
10. Компанія з розробки програмного забезпечення та цифрових послуг. SoftServe. URL: <https://www.softserveinc.com/uk-ua> (дата звернення: 17.12.2023).
11. Healthcare Software Solutions. SoftServe. Software Development & Digital Services Company. URL: <https://www.softserveinc.com/en-us/industries/healthcare> (дата звернення: 17.12.2023).
12. Software Engineering Services and Solutions. URL: <https://www.softserveinc.com/en-us/engineering-services> (дата звернення: 17.12.2023).
13. Road show. URL: <https://jak.koshachek.com/articles/road-show.html> (дата звернення: 20.12.2023).
14. Як працює SoftServe – одна з найбільших українських ІТ-компаній. URL: <https://vctr.media/ua/yak-praczuuye-softserve-117161/> (дата звернення: 20.12.2023).
15. Одкровення «мисливців за головами» SoftServe: «Найталановитіших студентів часто виключають ще до закінчення університету. Через нас усіх». URL: <https://dev.ua/news/softserve-for-life> (дата звернення: 20.12.2023).
16. AWS–Amazon Premier Consulting Partner. URL: <https://www.softserveinc.com/uk-ua/our-partners/aws> (дата звернення: 20.12.2023).
17. AWS Energy, Oil and Gas Premier Consulting Partner. URL: <https://www.softserveinc.com/uk-ua/aws-energy-specialization> (дата звернення: 20.12.2023).
18. Інноваційний маркетинг. URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=357312> (дата звернення: 20.12.2023).
19. Як бренду креативно інтегрувати у свій бізнес доповнену реальність. URL: <https://marketer.ua/ua/how-to-creatively-integrate-augmented-reality-into-your-business-as-a-brand/> (дата звернення: 20.12.2023).

References:

1. Chaikina A. O., Kravchenko O. M., Pokhidnia B. A. (2022). Innovatsiini marketynhovi tekhnolohii upravlinnia IT-proiektamy. [Innovative marketing technologies of IT project management]. Available at: http://market-infr.od.ua/journals/2022/69_2022/23.pdf (accessed December 14, 2023).
2. Mostova A. D. (2018). Suchasni vydy innovatsiinoho marketynhu v diialnosti pidpriemstv. [Modern types of innovative marketing in the activities of enterprises]. Available at: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/12_2018/17.pdf (accessed December 14, 2023).
3. 7 Successful Marketing Strategies for Technology, Software & SaaS Companies. Insivia. (2023). Available at: <https://www.insivia.com/7-key-marketing-strategies-technology-software-companies/> (accessed December 14, 2023).
4. Top 9 Digital Marketing Strategies for IT Companies by Seota Digital Marketing. Seota Digital Marketing. (2022). Available at: <https://www.seota.com/digital-marketing-strategies-it-companies/> (accessed December 14, 2023).
5. Marketing for IT companies: The best strategies to use. (2021). Available at: <https://eserto.com/marketing-for-it-companies/> (accessed December 14, 2023).
6. Best Practices for HUGE IT Marketing Results. (2020) Available at: <https://altitudemarketing.com/blog/marketing-it-companies/> (accessed December 14, 2023).
7. Reitynh TOP-50 naibilshi IT-kompanii v Ukraini. (2023). [TOP-50 rating of the largest IT companies in Ukraine]. Available at: <https://inventure.com.ua/uk/tools/database/rejting-top-50-naibilshi-it-kompaniyi-v-ukrayini> (accessed December 14, 2023).
8. Prasad A. (2023). Ukrainskiy eksport IT-poslug u 2022 rotsi sklav \$7,3 mlrd. Tse naibilshiy pokaznyk za vsiu istoriiu isnuvannia haluzi v kraini. [Ukrainian export of IT services in 2022 amounted to \$7.3 billion. This is the largest indicator in the history of the industry in the country]. Available at: <https://forbes.ua/news/ukrainskiy-eksport-it-poslug-u-2022-rotsi-sklav-73-mlrd-tse-naibilshiy-pokaznik-z-pochatku-isnuvannya-galuzi-v-kraini-31012023-11421> (accessed December 17, 2023).
9. SoftServe: novyny kompanii, informatsiia pro SoftServe. (2021). [SoftServe: company news, information about SoftServe. SoftServe]. Available at: <https://forbes.ua/profile/softserve-306> (accessed December 17, 2023).
10. Kompaniia z rozrobky prohramnoho zabezpechennia ta tsyfrovyykh poslug. SoftServe. (2023). [Software development and digital services company. SoftServe.] Available at: <https://www.softserveinc.com/uk-ua> (accessed December 17, 2023).
11. Healthcare Software Solutions. (2023) Available at: <https://www.softserveinc.com/en-us/industries/healthcare> (accessed December 17, 2023).
12. Software Engineering Services and Solutions. (2023) Available at: <https://www.softserveinc.com/en-us/engineering-services> (accessed December 17, 2023).
13. Road show. (2019) Available at: <https://jak.koshachek.com/articles/road-show.html> (accessed December 20, 2023).
14. Yak pratsiuie SoftServe – odna z naibilshykh ukrainskykh IT-kompanii. (2022). [How SoftServe works – one of the largest Ukrainian IT companies]. Available at: <https://vctr.media/ua/yak-praczuuye-softserve-117161/> (accessed December 20, 2023).
15. Odkrovennia «myslyvtiv za holovamy» SoftServe: «Naitalanoverytshykh studentiv chasto vykliuchaiut shche do zakinchennia universytetu. Cherez nas usikh». (2021). [SoftServe’s headhunters reveal: “The most talented students are often expelled before they graduate. Through all of us.”]. Available at: <https://dev.ua/news/softserve-for-life> (accessed December 20, 2023).
16. AWS–Amazon Premier Consulting Partner. (2023) Available at: <https://www.softserveinc.com/uk-ua/our-partners/aws> (accessed 20 December 2023).
17. AWS Energy, Oil and Gas Premier Consulting Partner. (2023). Available at: <https://www.softserveinc.com/uk-ua/aws-energy-specialization> (accessed December 20, 2023).
18. Innovatsiinyi marketynh. (2021) [Innovative marketing]. Available at: <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/tool/print/index.php?id=357312> (accessed December 20, 2023).
19. Yak brendu kreatyvno intehruvaty u sviiy biznes dopovnenu realnist. (2022). [How to creatively integrate augmented reality into your business as a brand]. Available at: <https://marketer.ua/ua/how-to-creatively-integrate-augmented-reality-into-your-business-as-a-brand/> (accessed December 20, 2023).

Bilyk Iryna
Tserkovniuk Oleg
Lviv Polytechnic National University

INNOVATIVE MARKETING TOOLS FOR IT COMPANIES

Summary

In today's innovative world, where technology is rapidly developing, IT companies must dynamically adapt and implement advanced marketing strategies to ensure their growth and success. Modern methods and tools have been studied that give IT companies the opportunity to go beyond the usual strategies and create effective marketing campaigns (on the example of SOFTSERV LLC), contributing not only to the promotion of products but also to building their own brand, maintaining a leadership position in the market, and becoming an indispensable resource for achieving success. The concepts of integrated and iterative marketing are analyzed, indicating their importance in the modern marketing environment. Key innovative tools that make IT companies real leaders in the digital age are considered. In particular, customization, or individualization of products and services for different market segments, provides users with opportunities to choose and adapt products to their specific needs and helps attract and retain customers. Chatbots based on artificial intelligence are becoming an integral part of the marketing strategies of IT companies. Customer service automation, information gathering, and lead generation through chatbots make it easier to interact with users and help improve the overall user experience. The use of virtual and mixed reality (VR and AR) allows IT companies to create immersive experiences for their customers. Virtual events, interactive presentations of products, and other events become effective tools for attracting attention and leaving an immeasurable mark in the memory of consumers. Another key aspect is influencer marketing, where cooperation with influential people allows you to effectively promote products and services. Using reputable content providers helps build trust with your audience and generate demand for your products. Smart Data Analytics is becoming an integral part of marketing strategy, allowing marketers to collect, process and use information to forecast trends, understand customer needs and make informed decisions. All of these innovative tools not only expand marketing capabilities for IT companies but also help them stay competitive in a rapidly changing market environment.

Keywords: innovative marketing, IT companies, IT automation processes, information technologies, marketing strategies.