

ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ: ХАРАКТЕРИСТИКИ І ТРЕНДИ

ЛІСОВСЬКИЙ Ігор Вікторович

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії, підприємництва та торгівлі
Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-0923-0983>

e-mail: lisoivskyih@khnmu.edu.ua

ГАВРИЛЮК Парфірій Антонович

магістр з менеджменту
Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0004-0675-186X>

e-mail: parfg@ukr.net

ШЕРШЕЛЮК Дмитро Іванович

здобувач PhD
Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0009-0005-8469-8235>

e-mail: Dima2000@gmail.com

П'ЯТНИЧКА Михайло Васильович

здобувач PhD
Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0009-0002-9384-3869>

e-mail: Pyatnychkamykhaylo@gmail.com

У статті досліджено сутність поняття «інструменти маркетингу». Під інструментами маркетингу слід розуміти набір стратегій, методів, та тактичних засобів, які підприємства використовують для досягнення своїх цілей та забезпечення успішної взаємодії зі своєю цільовою аудиторією. Наведено існуючі інструменти маркетингу, що запропоновані різними авторами. Запропоновано різновиди інструментів цифрового маркетингу та наведено їх характеристику, зокрема запропоновано їх поділяти на: інструменти SEO (інструменти пошукової оптимізації, що допомагають вдосконалювати видимість веб-сайту в результатах пошуку), інструменти контент-маркетингу (допомагають створювати, розповсюджувати та вимірювати ефективність контенту, що залучає та утримує увагу аудиторії), інструменти Growth Hacking (інструменти що сприяють збільшенню клієнтської бази, і активно використовуює різні методи (інноваційні та експериментальні) для досягнення зростання бізнесу), інструменти CRM (системи управління відносинами з клієнтами, що дозволяють відстежувати та аналізувати взаємодію клієнтів з компанією), інструменти для таргетованої та контекстної реклами (допомагають підприємствам та маркетологам спрямовувати свої рекламні повідомлення на конкретну аудиторію та відповідні ситуації), інструменти інфлюенс-маркетингу або маркетингу впливу (інструменти для пошуку, співпраці та вимірювання її результатів з впливовими особами або інфлюенсерами для просування своїх товарів або послуг). До інструментів SEO належать: Google Analytics, Google Search Console, SEMrush, Ahrefs, Moz Pro, Screaming Frog SEO Spider, BuzzSumo, Rank Tracker, AccuRanker, DeepCrawl, Sitebulb. До інструментів контент-маркетингу належать: WordPress, Drupal, Joomla, Adobe Creative Suite, Hootsuite, CoSchedule, Asana, Trello, Monday.com. До інструментів Growth Hacking належать: Optimizely, HubSpot, Marketo, Hotjar, Crazy Egg, OptinMonster, Соціальні медіа (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn), Відео (YouTube, TikTok). До інструментів CRM належать: Salesforce, Zoho CRM, Microsoft Dynamics 365, Pipedrive, SugarCRM, Capsule CRM. До інструментів таргетованої та контекстної реклами належать: AspireIQ, Upfluence, Traackr, Influencity, GRIN, Emplifi, Influence.co, Famebit, Hootsuite. У статті наведено характеристику всіх вище перелічених інструментів.

Ключові слова: інструменти маркетингу, інструменти цифрового маркетингу, інструменти SEO, інструменти контент-маркетингу, інструменти Growth Hacking, інструменти CRM, інструменти для таргетованої та контекстної реклами, інструменти інфлюенс-маркетингу.

DIGITAL MARKETING TOOLS: FEATURES AND TRENDS

LISOVSKY Ihor, GAVRYLUK Parfirii, SHERSHELIUK Dmytro, PYATNYCHKA Mykhaylo

Khmelnyskyi National University

The article examines the definition of "marketing tools". By marketing tools for business we mean the set of strategies, methods, and tactics to achieve goals and ensure successful interaction with their target audience. The existing marketing tools offered by different authors are presented. Different types of digital marketing tools have been identified and their characteristics have been defined, including their division into: SEO tools (tools that enhance the visibility of a website in search results through search engine optimization), content tools marketing (help to create, expand and improve the effectiveness of content, that attracts and retains the attention of the audience), Growth Hacking tools (tools that capture a large client base, and actively explore different methods (innovative and experimental) to attain business growth), CRM tools (customer relationship management systems allow to monitor and analyze interactions between customers and the company), tools for targeted and contextual advertising (provide assistance to businesses and marketers in directing their advertising messages to a specific audience), influencer- or influx marketing tools (tools for searching, comparing and measuring of results with influx individuals or influencers for promotion of their goods or services). SEO tools include: Google Analytics, Google Search Console, SEMrush, Ahrefs, Moz Pro, Screaming Frog SEO Spider, BuzzSumo, Rank Tracker, AccuRanker, DeepCrawl, Sitebulb. Content

marketing tools include: WordPress, Drupal, Joomla, Adobe Creative Suite, Hootsuite, CoSchedule, Asana, Trello, Monday.com. Growth Hacking tools include: Optimizely, HubSpot, Marketo, Hotjar, Crazy Egg, OptinMonster, Social Media (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn), Video (YouTube, TikTok). CRM tools include: Salesforce, Zoho CRM, Microsoft Dynamics 365, Pipedrive, SugarCRM, Capsule CRM. Targeted and contextual advertising tools include: AspireIQ, Upfluence, Traackr, Influencity, GRIN, Emplifi, Influence.co, Famebit, Hootsuite. The article provides a description of all the listed instruments.

Key words: marketing tools, digital marketing tools, SEO tools, content marketing tools, Growth Hacking tools, CRM tools, tools for targeted and contextual advertising, influencer marketing tools.

ЛІСОВСЬКИЙ, І., ГАВРИЛЮК, П., LISOVSKY, I., GAVRYLUK, P., SHERSHELIUK, D., ШЕРШЕЛЮК, Д., & П'ЯТНИЧКА, М. (2023). & PYATNYCHKA, M. (2023). DIGITAL INSTRUMENTY ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ: MARKETING TOOLS: FEATURES AND ХАРАКТЕРИСТИКИ І ТРЕНДИ. *Development Trends. Development Service Industry Management, Service Industry Management*, (3), 142–147. (3), 142–147. [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(22\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(22))

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Інструменти маркетингу грають важливу роль у управлінні розвитком підприємств і мають своє визначене місце в стратегічному плануванні та впровадженні різноманітних ініціатив. Інструменти маркетингу використовуються для створення стратегій та тактик, які сприяють досягненню цілей, підвищенню продажів та розвитку підприємства. Інструменти вибираються і налаштовуються відповідно до конкретних обставин і цілей кожного підприємства.

На формування та використання інструментів маркетингу в діяльності підприємств впливають наступні фактори: зміни форм продажів на ринках можуть вимагати адаптації маркетингових стратегій та інструментів; технології виробництва / надання послуг можуть вплинути на створення нових продуктів і послуг, а також на їх якість; особливості реалізації товарів / надання послуг – маркетингові інструменти мають враховувати специфіку реалізації товарів чи надання послуг; компетенції працівників, що задіяні до процесів маркетингового управління на підприємстві та реалізації товарів / послуг грають важливу роль у формуванні та використанні маркетингових інструментів; цифрові технології та інтернет-ресурси просування товарів / послуг підприємства вимагають адаптації маркетингових підходів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Теоретико-методичний базис формування та застосування маркетингових інструментів управління розвитком підприємств розглядався у працях вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Амблер Т., Армстронг Г., Балабанова Л. В., Берн Р. Дж., Ковальчук С.В., Коллз Р. Л., Котлера Ф., Чухрай Н. І. та інші.

Формулювання цілей статті

Метою дослідження є розгляд сутності поняття «маркетингові інструменти» та аналіз існуючих маркетингових інструментів, у тому числі інструментів цифрового маркетингу.

Виклад основного матеріалу

Під інструментами маркетингу слід розуміти набір стратегій, методів, та тактичних засобів, які підприємства використовують для досягнення своїх цілей та забезпечення успішної взаємодії зі своєю цільовою аудиторією. Вибір інструментів під час створення маркетингового плану залежить багатьох чинників: цілей маркетингової стратегії, специфіки товару і галузі, стану ринку, можливостей підприємства. Маркетинговий інструментарій включає в себе різні аспекти маркетингу, і кожен інструмент може бути використаний в різних комбінаціях, в залежності від конкретних потреб та стратегії підприємства.

У економічній літературі, автори виділяють різні інструменти маркетингу, які згруповано у табл. 1.

Розвиток концепцій маркетингу значно вплинув на перелік інструментів, що найчастіше використовуються у практичній діяльності вітчизняних підприємств. З розвитком цифрового маркетингу інструменти маркетингу також змінюються. Інструменти, що стали невід'ємною складовою цифрового маркетингу представлені на рис. 1.



Рис. 1. Інструменти цифрового маркетингу

Інструменти маркетингу

Автор, джерело	Інструменти
Кладова Д. В. [2]	Сучасні інструменти маркетингу: шумовий маркетинг; вірусний маркетинг; маркетинг спільнот; локальний маркетинг; проповідницький маркетинг; семплінгування продуктом; маркетинг впливу; причинно-пов'язаний маркетинг; створення цікавих повідомлень; блоги про бренд; програми позитивних відгуків
Ляшенко Г. П., Моткалюк Р. В. [3]	Інструменти інтернет-маркетингу: розробка власного сайту; просування власного сайту та підбір цільової аудиторії; реклама власного сайту, у т.ч. у соцмережах, і включає: пошукову оптимізацію (просування); контекстну рекламу; медіа-рекламу; банерну рекламу; інтерактивну рекламу; email-маркетингу; віртуального маркетингу; прихованого маркетингу
Манн І. [11]	Нетрадиційні інструменти маркетингу: ambient media – це форма реклами, яка використовує незвичайні носії та локації для привернення уваги цільової аудиторії; product sitting – використання продуктів або послуг у фільмах, телевізійних програмах, тощо з метою підвищення їх впізнання; crazy PR – використання нетрадиційних та шокуючих підходів до PR; storytelling – передбачає розповідь історій, які створюють емоційний зв'язок між брендом і споживачем; tryvertising – дозволяє споживачам безкоштовно або за символічну ціну випробувати продукти або послуги, щоб надихнути їх на купівлю; sensitive marketing – передбачає використання співчутливого підходу до споживачів, дотримуючись цінностей певних тем чи проблем; identity marketing – використання маркетингу для формування або підтримки ідентичності бренду та споживачів; dead marketing – це нетиповий інструмент маркетингу, коли компанії за свій рахунок доглядають за могилами; inbound-маркетинг. – передбачає створення цінного вмісту, що приваблює споживачів до бренду; shockvertising – використовує шокуючу рекламу, щоб вразити аудиторію та викликати сильну реакцію
Пойта І. О. [7]	Реклама, зокрема: в пресі; радіо реклама; на телебаченні; презентаційні засоби; зовнішня реклама; інтернет-реклама.

Більш детально проаналізуємо наведені інструменти:

Інструменти SEO – це інструменти пошукової оптимізації, що допомагають вдосконалювати видимість веб-сайту в результатах пошуку, їх перелік та характеристику наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Інструменти SEO*

Інструмент	Характеристика
Google Analytics	Використовується для аналізу трафіку на сайті, вимірювання конверсій та відстеження відвідувачів
Google Search Console	Допомагає відстежити, як Google індексує ваш сайт, та надає інформацію про помилки та можливості для покращення
SEMrush	Використовується для аналізу конкурентів, визначення ключових слів, аудиту SEO тощо
Ahrefs	Набір інструментів для аналізу пошукового трафіку та оптимізації сайтів. Сервіс дозволяє відстежувати позиції власного ресурсу та конкурентів у пошуковій видачі, а також планувати стратегію для SEO
Moz Pro	Має набір інструментів для аналізу і вдосконалення технічних аспектів SEO та посилань.
Screaming Frog SEO Spider	Це локальне програмне забезпечення для аналізу внутрішньої структури веб-сайту, яке дозволяє сканувати URL-адреси сайтів і залучати корисну інформацію для аналізу та проведення технічного аудиту
BuzzSumo	Це універсальний інструмент контент-маркетингу, який швидко надає необхідні дані для дослідження контенту та оцінки його ефективності
Rank Tracker	Це інструменти для відстеження рейтингу позиції сайту за ключовими словами
AccuRanker	
DeepCrawl	Середовище для аналізу аудита сайту і виявлення проблем SEO, такі як контент та посилання, що дублюються
Sitebulb	

*сформовано із використанням [4, 16, 22, 25, 26].

Інструменти контент-маркетингу – допомагають створювати, розповсюджувати та вимірювати ефективність контенту, що залучає та утримує увагу аудиторії, їх перелік та характеристику наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Інструменти контент-маркетингу*

Інструмент	Характеристика
WordPress	Системи управління контентом (CMS), дозволяють легко створювати, редагувати та публікувати контент на веб-сайті
Drupal	
Joomla	
Adobe Creative Suite	Інструмент для створення вмісту, що включає графічні програми для створення зображень та відео, редактори тексту для створення блогових записів та іншого текстового вмісту
Hootsuite	Інструменти, які допомагають планувати та розмішувати публікації контенту на різних платформах
CoSchedule	
Asana	Середовища для управління проектами, що допомагають координувати роботу команд над контентом та дотримуватися графіку
Trello	
Monday.com	

*сформовано із використанням [14, 15, 17, 18, 20, 27].

Інструменти Growth Hacking – це інструменти що сприяють збільшенню клієнтської бази, і активно використовує різні методи (інноваційні та експериментальні) для досягнення зростання бізнесу. Інструменти Growth Hacking сприяють швидкому та ефективному залученню нових клієнтів, збільшенню лояльності та конверсії, їх перелік та характеристику представлено у табл. 4.

Інструменти Growth Hacking*

Інструмент	Характеристика
Optimizely	Це метод порівняння двох версій веб-сторінки, рекламного банера, листа або іншого елемента з метою визначення, яка версія приводить до кращих результатів. Надає інструменти тестування A/B та багатоваріантного тестування, персоналізацію веб-сайту.
HubSpot	Маркетингова воронка, тобто інструменти аналізу та оптимізації кроків, які клієнти проходять від своєї першої взаємодії з брендом до здійснення покупки або іншої цільової дії.
Marketo	
Hotjar	Інструменти для підвищення конверсії, зокрема оптимізація сторінок, підвищення швидкості завантаження веб-сайту та інші покращення, які допомагають перетворити відвідувачів в клієнтів.
Crazy Egg	
OptinMonster	
Соціальні медіа (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)	Інструменти вірусного маркетингу, що дозволяють створювати контент або акції, які надихають людей поширювати інформацію про бренд, продукт або послугу серед свого оточення
Відео (YouTube, TikTok)	

*сформовано із використанням [4, 8, 21, 23, 24].

Інструменти CRM – це системи управління відносинами з клієнтами, що дозволяють відстежувати та аналізувати взаємодію клієнтів з компанією. Дані системи зберігають інформацію про покупки, звернення щодо підтримки, історію спілкування тощо, їх перелік та характеристику представлено у табл. 5.

Таблиця 5

Інструменти CRM*

Інструмент	Характеристика
Salesforce	Один з найпопулярніших інструментів CRM, що володіє широкими функціональними характеристиками з метою управління продажами, маркетингом та обслуговуванням клієнтів
Zoho CRM	Це доступний та потужний інструмент CRM з різноманітними функціями, що включають управління контактами, продажами та маркетингом
Microsoft Dynamics 365	Це інтегрована платформа, що включає CRM та ERP-рішення, і розроблена для комплексного управління бізнесом
Pipedrive	Це інструмент CRM, що спеціалізується на управлінні продажами, і дозволяє відстежувати угоди, контакти та обговорення
SugarCRM	Це відкрита платформа CRM, яка дозволяє налаштовувати інструменти відповідно до потреб бізнесу
Capsule CRM	Це простий та легкий у використанні інструмент для управління контактами та продажами

*сформовано

Інструменти для таргетованої та контекстної реклами – допомагають підприємствам та маркетологам спрямовувати свої рекламні повідомлення на конкретну аудиторію та відповідні ситуації, їх перелік та характеристику представлено у табл. 6.

Таблиця 6

Інструменти для таргетованої та контекстної реклами*

Інструмент	Характеристика
Соціальні медіа (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)	Надає можливість створювати рекламу, налаштовувати таргетування на основі демографічних даних, інтересів та поведінки користувачів
Google Ads	Дозволяє рекламодавцям створювати рекламні кампанії для пошукових рекламних мереж Google та на сайтах-партнерах Google
Відео (YouTube, TikTok)	Мають власну платформу для реклами, яка дозволяє рекламодавцям створювати рекламні кампанії на платформі. Можна налаштовувати таргетування за допомогою параметрів, таких як вік, інтереси, географічне розташування тощо
AdRoll	це рішення для рекламного таргетування, яке дозволяє слідувати за користувачами, які відвідують веб-сайт, і показувати їм рекламу на інших сайтах

*сформовано із використанням [14, 19].

Інструменти інфлюенс-маркетингу або маркетингу впливу – це інструменти для пошуку, співпраці та вимірювання її результатів з впливовими особами або інфлюенсерами для просування своїх товарів або послуг, їх перелік та характеристику представлено у табл. 7.

Таблиця 7

Інструменти інфлюенс-маркетингу або маркетингу впливу*

Інструмент	Характеристика
AspireIQ	Допомагає знайти та зв'язатися з потенційними інфлюенсерами та відібрати найбільш підходящих інфлюенсерів на основі різних параметрів
Upfluence	
Traackr	
Influencer	Допомагає у взаємовідносинах з інфлюенсерами, плануванні та аналізі результатів
GRIN	
Emplifi	Надає аналітику та звіти результатів для інфлюенс-маркетингу
Influence.co	Онлайн-платформа для співпраці між брендами та інфлюенсерами
Famebit	
Hootsuite	Допомагає в плануванні та автоматизації публікацій соціальних медіа, включаючи публікації від інфлюенсерів

*сформовано із використанням [1, 11].

Інструментів цифрового маркетингу багато, і всі вони регулярно оновлюються та удосконалюються в залежності від вимог та запитів організацій та споживачів. Кожна організація може обрати для себе найбільш функціональні та зручні інструменти, що сприятимуть досягненню цілей та завдань. Головне, слід пам'ятати, що будь-які інструменти маркетингу виконують функцію підтримки та сприяють покращенню якості роботи.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Слід зазначити, що різні автори виділяють різну кількість інструментів маркетингу, склад таких інструментів доволі істотно відрізняється. Так, у статті представлено перелік досліджуваних інструментів. В цілому характеристика маркетингових інструментів може сильно відрізнитися в залежності від розміру підприємства і його ухвалені організаційної структури. Стосовно визначення термінологічної бази, необхідно зазначити, що під інструментами маркетингу розуміють набір стратегій, методів, та інших засобів, які організації використовують для досягнення стратегічних цілей та забезпечення успішної взаємодії зі своєю цільовою аудиторією.

При цьому характеристика маркетингових інструментів часто відрізняється в залежності від масштабу підприємства і його організаційної структури. Також значний вплив на вищезазначені процеси мають інструменти цифрового маркетингу. Їх на даний момент велика кількість з різними функціональними особливостями. Такі інструменти регулярно оновлюються та удосконалюються в залежності від встановлених вимог та запитів основних споживачів. Кожне підприємство може обрати для себе найбільш функціональні та зручні маркетингові інструменти, що сприятимуть досягненню стратегічних цілей та завдань.

Література

1. Інфлюенс-маркетинг: як працювати з блогерами [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/influence-marketing-how-to-work-with-bloggers>.
2. Кладова Д. В. WOM-технології – новітній тренд рекламних та PR-комунікацій / Д. В. Кладова // Наукові записки Інституту журналістики. – 2011. – № 45. – С. 92 – 95.
3. Ляшенко Г. П. Інтернет-маркетинг та його інструменти / Г. П. Ляшенко, Р. В. Моткалюк. // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). – 2013. – Вип. 3 (62). – С. 59–65.
4. Ahrefs [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://coba.tools/ahrefs>.
5. Moz Pro [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://coba.tools/moz-pro>.
6. Огляд системи CRM Pipedrive [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://adwservice.com.ua/uk/ogljad-pipedrive-crm>.
7. Пойта І. О. Проблеми та перспективи розвитку реклами у системі інструментарію маркетингу / І. О. Пойта. // Економіка. Управління. Інновації. – 2017. – Вип. 1 (20). – С. 32–38.
8. Hubspot CRM 2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.resonatehq.com/inbound-blog/complete-hubspot-crm-2019-review>.
9. Why Zoho? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.crmoz.com/crm-zoho>.
10. Dynamics 365 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dynamics.microsoft.com/what-is-dynamics365>.
11. Що таке influence-маркетинг і як його використовувати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/influence-marketing-how-to-work-with-bloggers>. <https://esputnik.com/uk/blog/sho-take-influence-marketing-i-yak-jogo-vikoristovuvati>.
12. Що таке Salesforce і чим вона цікава для досвідчених розробників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dou.ua/lenta/articles/what-salesforce-is/>.
13. 10 маркетингових інструментів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://novator.io/kejsy/10-nestandartnyh-marketingovyh-instrumentov-ot-igorya-manna>.
14. AdRoll [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hellip.com/ru/product/adroll.html>.
15. Asana [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Asana>.
16. BuzzSumo [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://startpack.ru/application/buzzsumo>.
17. CoSchedule Review: How CoSchedule's Marketing Calendar can help you get more done in less time on your blog [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.productiveblogging.com/coschedule-review/>.
18. Drupal [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wikipedia.org/wiki/Drupal>.
19. Google Ads [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Google_Ads.
20. Hootsuite Огляд 2023 – Відмінна репутація, АЛЕ... [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.websiteplanet.com/uk/social-media-tools/hootsuite/#overview>.
21. Hotjar: повний посібник з інструменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-hotjar>.
22. How Google Analytics works [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=en>.
23. Marketo [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://en.wikipedia.org/wiki/Marketo>.
24. Optimizely [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://en.wikipedia.org/wiki/Optimizely>.
25. Rank Tracker [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://support.similarweb.com/hc/en->

us/articles/13004369569437-Rank-Tracker.

26. Semrush [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://brander.ua/technologies/semrush>.

27. WordPress [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/WordPress>.

References

1. Inflyuyens-markety`ng: yak pracyuvaty` z blogeramy` [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/influence-marketing-how-to-work-with-bloggers>.
2. Kladova D. V. WOM-tehnologii – novitii trend reklamnykh ta PR-komunikatsii / D. V. Kladova // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. – 2011. – № 45. – S. 92 – 95.
3. Liashenko H. P. Internet-marketyng ta yoho instrumenty / H. P. Liashenko, R. V. Motkaliuk. // Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu DPS Ukrainy (ekonomika, pravo). – 2013. – Vyp. 3 (62). – S. 59–65.
4. Ahrefs [Elektronny`j resurs]. – Rezhim dostupu: <https://coba.tools/ahrefs>.
5. Moz Pro [[Elektronny`j resurs]. – Rezhim dostupu: <https://coba.tools/moz-pro>.
6. Oglyad sy`stemy` CRM Pipedrive [Elektronny`j resurs]. – Rezhim dostupu: <https://adwservice.com.ua/uk/ogljad-pipedrive-crm>.
7. Poita I. O. Problemy ta perspektyvy rozvytku reklamy u systemi instrumentarii marketynhu / I. O. Poita. // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. – 2017. – Vyp. 1 (20). – S. 32–38.
8. Polnyj obzor Hubspot CRM 2023 [Elektronny`j resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.resonatehq.com/inbound-blog/complete-hubspot-crm-2019-review>.
9. Zoho? [Elektronny`j resurs]. – Rezhim dostupu: <https://www.crmoz.com/crm-zoho>.
10. Dynamics 365? [Elektronny`j resurs]. – Rezhim dostupu: <https://dynamics.microsoft.com/what-is-dynamics365>.
11. Sho take influence-marketing i yak jogo vikoristovuvati [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://www.theinstapreneurs.com.ua/blog-posts/influence-marketing-how-to-work-with-bloggers>. <https://esputnik.com/uk/blog/sho-take-influence-marketing-i-yak-jogo-vikoristovuvati>.
12. Sho take Salesforce i chim vona cikava dlya dosvidchenih rozrobnikov [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://dou.ua/lenta/articles/what-salesforce-is/>.
13. 10 nestandartnykh marketingovykh instrumentov [Elektronny`j resurs]. – Rezhim dostupu: <https://novator.io/kejsy/10-nestandartnyh-marketingovyh-instrumentov>.
14. AdRoll [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://hellip.com/product/adroll.html>.
15. Asana [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Asana>.
16. BuzzSumo [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://startpack/application/buzzsumo>.
17. CoSchedule Review: How CoSchedule's Marketing Calendar can help you get more done in less time on your blog [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://www.productiveblogging.com/coschedule-review/>.
18. Drupal [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://wikipedia.org/wiki/Drupal>.
19. Google Ads [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: https://uk.wikipedia.org/wiki/Google_Ads.
20. Hootsuite Oglyad 2023 – Vidminna reputaciya, ALE... [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://www.websiteplanet.com/uk/social-media-tools/hootsuite/#overview>.
21. Hotjar: povnyj posibny`k z instrumentu [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-hotjar>.
22. How Google Analytics works [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://support.google.com/analytics/answer/12159447?hl=en>.
23. Marketo [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://en.wikipedia.org/wiki/Marketo>.
24. Optimizely [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://en.wikipedia.org/wiki/Optimizely>.
25. Rank Tracker [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://support.similarweb.com/hc/en-us/articles/13004369569437-Rank-Tracker>.
26. Semrush [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://brander.ua/technologies/semrush>.
27. WordPress [[Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/WordPress>.