

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
ЦЕНТР ЗАОЧНОЇ, ДИСТАНЦІЙНОЇ ТА ВЕЧІРНЬОЇ ФОРМ НАВЧАННЯ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

До захисту допускається

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ О.В. Люльов

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

**на тему**

**«Дослідження особливостей діяльності маркетингового агенства»**

Освітній рівень: «Бакалавр»

Спеціальність: 075 Маркетинг

Науковий керівник роботи:

\_\_\_\_\_

(підпис)

Сигида Л.О.

(ініціали, прізвище)

Здобувач вищої освіти:

\_\_\_\_\_

(підпис)

Полтавцева В.О.

(ініціали, прізвище)

Група:

МКДН-81с

(шифр групи)

**Суми 2022**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ О.В. Люльов  
«22» квітня 2022

## ЗАВДАННЯ

### ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Здобувача вищої освіти групи МКдн-81с курсу 4  
Інституту / факультету Центру заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання  
Спеціальності: 075 Маркетинг

Полтавцевої Вікторії Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема роботи «Дослідження особливостей діяльності маркетингового агентства»  
затверджена наказом по інституту / факультету від «17» червня 2022 р. № 0462-VI  
Строк здачі здобувачем вищої освіти закінченої роботи «21» червня 2022 р.

Вихідні дані до роботи:

У роботі було використано праці вітчизняних та зарубіжних вчених – статті, підручники, публікації у блогах; статистичні дані та графічні матеріали; огляди методів просування продукції відомими підприємствами; на основі збірки даних було побудовано графіки та діаграми; залучалися дані з Scopus, Google Trends, VOSviewer. Також у роботі було використані дані, отримані в результаті проходження практики в діджитал агенції «iParus», та дані з офіційних сайтів аналізованої агенції та її основних конкурентів (витяги з semrush.com, iparus.com, redchameleon.com.ua, ideadigital.agency).

Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що підлягають розробці):

1. Сутність маркетингового аналізу в маркетингових діджитал агенціях
2. Конкурентний аналіз маркетингової діджитал агенції «iParus»
3. Визначення проблем та шляхів удосконалення маркетингової стратегії маркетингової діджитал агенції «iParus»

Перелік ілюстрацій:

1. Загальна кількість публікацій з 1965 року по 2022 рік.
2. Галузі знань наукових публікацій за досліджуваною тематикою з 1965 року по 2022 рік.
3. Зв'язки між країнами за досліджуваною тематикою з 1965 по 2022 рр.
4. Зв'язки між ключовими словами публікацій у межах досліджуваної тематики з 1965 по 2022
5. Динаміка популярності запитів: «маркетинговий аналіз» (marketing analysis), «маркетингова діджитал агенція» (marketing digital agency), «діджитал агенція» (digital agency)
6. Рівень зацікавлення теми «маркетинговий аналіз» (marketing analysis) по регіонах.
7. Рівень зацікавлення теми «маркетингова діджитал агенція» (marketing digital agency) по регіонах.
8. Рівень зацікавлення теми «діджитал агенція» (digital agency) по регіонах.
9. Послуги діджитал агенції «iParus».
10. Представники команди маркетингової діджитал агенції «iParus».
11. Головні клієнти агенції «iParus».
12. Нагороди і сертифікати агенції «iParus».
13. Динаміка та кількість ключових слів «iParus».com.
14. Динаміка органічного трафіку «iParus».com за останні 6 місяців.
15. Динаміка і кількість ключових слів сайту redchameleon.com.ua.
16. Динаміка органічного трафіку redchameleon.com.ua за 6 місяців.
17. Динаміка і кількість ключових слів сайту ideadigital.agency.
18. Динаміка органічного трафіку ideadigital.agency за 6 місяців.
19. Шлях клієнта в діджитал агенції «iParus».
20. Пости «iParus»\_agency в Instagram.

Дата видачі завдання «22» квітня 2022 р.

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(підпис)

доцент Сигида Л.О.  
(вч. звання, ПІБ)

Завдання прийняла до виконання «22» квітня 2022 р. \_\_\_\_\_  
(підпис здобувача)

## АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота складається з 49 сторінок тексту, 3 розділів, 20 рисунків та списку з 39 використаних джерел.

*Актуальність теми* пояснюється необхідністю вміти аналізувати ринок, конкурентів, слідкувати за тенденціями та бути впізнаваним, аби кількість постійних та нових клієнтів збільшувалась.

*Мета кваліфікаційної роботи:* дослідити особливості й перспективи діджитал агенції «iParus» та удосконалити існуючу стратегію просування, спираючись на проведений конкурентний та SWOT-аналізи.

*Завдання роботи:* провести бібліометричний аналіз; дослідити тенденції розвитку маркетингових діджитал агенцій; проаналізувати наявних конкурентів на ринку; розглянути поточне положення агенції на ринку; дослідити проблематику в маркетинговій діяльності агенції; запропонувати шляхи вдосконалення маркетингової стратегії.

*Об'єктом* дослідження є маркетингова діджитал агенція «iParus».

*Предметом* діяльність діджитал агенції «iParus» з точки зору маркетингових аспектів.

*Методи дослідження:* системний підхід та метод логічного узагальнення; бібліометричний та візуалізаційний аналіз; порівняльний аналіз; аналіз показників у Google Trends; SWOT-аналіз; конкурентний аналіз; логічний аналіз.

*Наукова новизна дослідження* стосується покращення діяльності маркетингової агенції в насиченому конкурентами середовищу.

*Практична значущість дослідження* полягає у формуванні конкретних аспектів з покращення теперішнього становища діджитал агенції «iParus».

*У першому розділі* розглянуто теоретичні аспекти, а саме: зроблено бібліометричний аналіз, проаналізована популярність ключових слів «маркетингова діджитал агенція» та «маркетинговий аналіз», виконані схеми та таблиці по проведеному аналізу, розглянуті тенденції розвитку діджитал агенцій.

*У другому розділі* виконано SWOT-аналіз, де були розглянуті сильні і слабкі сторони агенції та її можливості і загрози. Також були досліджені основні конкуренти маркетингової діджитал агенції.

*У третьому розділі* було визначено проблем та розроблено заходи щодо покращення маркетингової діяльності діджитал агенції «iParus».

*Ключові слова:* МАРКЕТИНГОВА ДІДЖИТАЛ АГЕНЦІЯ, МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ, ТЕНДЕНЦІЇ ДІДЖИТАЛ АГЕНЦІЙ, КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ, СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ, УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.

## ANNOTATION

Qualification work consists of 49 pages of text, three sections, 20 figures, and a list of 39 references.

*The topic's relevance* is explained by the need to analyze the market and competitors, follow trends and be recognizable so that the number of regular and new customers increases.

*The research aims* to explore the features and prospects of the digital agency "iPapus" and improve the existing promotion strategy based on competitive and SWOT analysis.

*The objectives of the research:* to conduct bibliometric analysis; study trends in the development of digital marketing agencies; analyze existing competitors in the market; consider the current market position of the agency; investigate issues in the marketing activities of the agency; suggest ways to improve the marketing strategy of the agency.

*The research object* is the digital marketing agency "iPapus."

*The subject of research* is the digital agency "iPapus" activity in terms of marketing aspects.

*Research methods:* systematic approach and method of logical generalization; bibliometric and visual analysis; comparative analysis; analysis of indicators in Google Trends; SWOT analysis; competitive analysis; logical analysis.

*The scientific novelty of the research* is to improve the activities of the marketing agency in a saturated environment with competitors.

*The practical significance of the research* determines the formation of specific aspects of improving the current situation of the digital agency "iPapus."

*The first section* considers theoretical aspects: bibliometric analysis, analysis of the popularity of the keywords "digital marketing agency" and "marketing analysis," trends in digital agencies.

*The second section* considers a SWOT analysis of the agency's strengths and weaknesses and its opportunities and threats. Also, it defines the competitors of the digital marketing agency.

*The third section* identifies the problems and develops measures to improve the marketing activities of the digital agency "iPapus."

Keywords: MARKETING DIGITAL AGENCY, MARKETING ANALYSIS, TRENDS DIGITAL AGENCIES, COMPETITIVE ANALYSIS, SPECIFIC ACTIVITY, MARKETING ACTIVITY IMPROVEMENT.

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. Сутність маркетингового аналізу в маркетингових діджитал агенціях	5
1.1. Бібліометричний аналіз публікацій у сфері маркетингового аналізу та діджиталізації	5
1.2. Визначення тенденцій і трендів у розвитку діджитал агенцій	10
2. Конкурентний аналіз маркетингової діджитал агенції «iParus»»	15
2.1. Встановлення відповідності між внутрішнім та зовнішнім середовищем діяльності «iParus»»	15
2.2. Дослідження основних конкурентів маркетингової діджитал агенції «iParus»»	21
3. Визначення проблем та шляхів удосконалення маркетингової стратегії маркетингової діджитал агенції «iParus»»	27
3.1. Прикладне дослідження специфіки маркетингової діяльності	27
3.2. Розроблення заходів щодо покращення маркетингової активності маркетингової діджитал агенції «iParus»»	31
ВИСНОВКИ	34
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	36
ДОДАТКИ	40

## ВСТУП

На сьогоднішній день тема інтернет-маркетингу стрімко росте, оффлайн магазини переходять в онлайн, та кожен хоче, аби його бізнес процвітав та приносив достойний прибуток. Проте для того, щоб реалізувати всі цілі і поставлені задачі, необхідні кваліфіковані працівники, майстри своєї справи, яких на сучасному ринку не так то й просто знайти. Є велика кількість онлайн-ресурсів, де можна знайти як поодиноких спеціалістів, так і команду. У комплексному підході звичайно краще вибрати команду, яка може реалізовувати як невеликі різнопланові цілі, так і масштабні, для досягнення яких потрібні роки. Таку команду може запропонувати маркетингова діджитал агенція, яка має досвід діяльності, є впізнаваною з достатньою кількістю постійних клієнтів та позитивною тенденцією до нарощування нових клієнтів.

Мета роботи полягає в удосконаленні організації маркетингової діяльності існуючої діджитал агенції, спираючись на проведений конкурентний аналіз та SWOT-аналіз .

Відповідно до поставленої мети дослідження було визначено такі завдання:

- провести бібліометричний аналіз;
- дізнатись про тенденції розвитку маркетингового аналізу та діджитал агенцій;
- визначити тенденції популярності маркетингових діджитал агенцій;
- проаналізувати ринок конкурентів діджитал агенцій;
- виявити нові можливості для агенції завдяки SWOT–аналізу ;
- проаналізувати номенклатуру та цінову політику агенції;
- описати заходи з просування послуг агенції;
- визначити проблеми та розробити заходи щодо покращення маркетингової активності маркетингової діджитал агенції «iParus».

Об'єкт дослідження: маркетингова діджитал агенція «iParus».

Предметом дослідження є діяльність діджитал агенції «iParus» з точки зору маркетингових аспектів.

У процесі підготовки кваліфікаційної роботи використовуються такі методи дослідження: системний підхід та метод логічного узагальнення; бібліометричний та візуалізаційний аналіз; порівняльний аналіз; аналіз показників у Google Trends; SWOT-аналіз; конкурентний аналіз; логічний аналіз.

Наукова новизна роботи стосується покращення діяльності маркетингової агенції в насиченому конкурентами середовищу.

Практична значущість роботи полягає у формуванні конкретних аспектів з покращення теперішнього становища діджитал агенції «iParus».



# **1. Сутність маркетингового аналізу в маркетингових діджитал агенціях**

## **1.1. Бібліометричний аналіз публікацій у сфері маркетингового аналізу та діджиталізації**

У роботі представлені результати аналізу публікацій у сфері маркетингового аналізу. Для дослідження проблеми були обрані дві ключові фрази: «маркетинговий аналіз» («marketing analysis») та «маркетингова діджитал агенція» («digital marketing agency»). Дослідження проводилось із застосуванням бібліометричного методу та візуалізаційного аналізу для наочного відображення результатів.

Одним із необхідних моментів бібліометричного аналізу [1] є знаходження надійних та відповідних джерел для збору інформації під певну мету дослідження. Тобто, важливо обрати базу даних для збору даних. У цьому дослідженні збір даних відбувався у наукометричній базі даних Scopus [2] за пошуковим полем «title, abstract, keywords», написані виключно англійською мовою. За встановленими параметрами пошуку було обрано 592 статті.

Відповідно до рис 1.1 можна зазначити, що перші публікації датуються 1965 роком, що свідчить про те, що досліджувана нами проблематика є не ново. Проте тільки з 1977 року почалась активна публікація статей. Кожного року випускається близько 50 статей та є помітною тенденція росту.

Аналізуючи кількість цитувань, ми бачимо, що найвищий показник цитувань був у 2018 році (52 цитування).

На рис. 1.2 можемо бачити галузі, в яких найчастіше згадується про маркетинговий аналіз. Це інженерні науки (Engineering) – 172 публікації, бізнес, менеджмент і облік (Business, Management and Accounting) – 161 публікація, комп'ютерні науки (Computer Science) – 155 публікацій, та медицина – 70 публікацій.

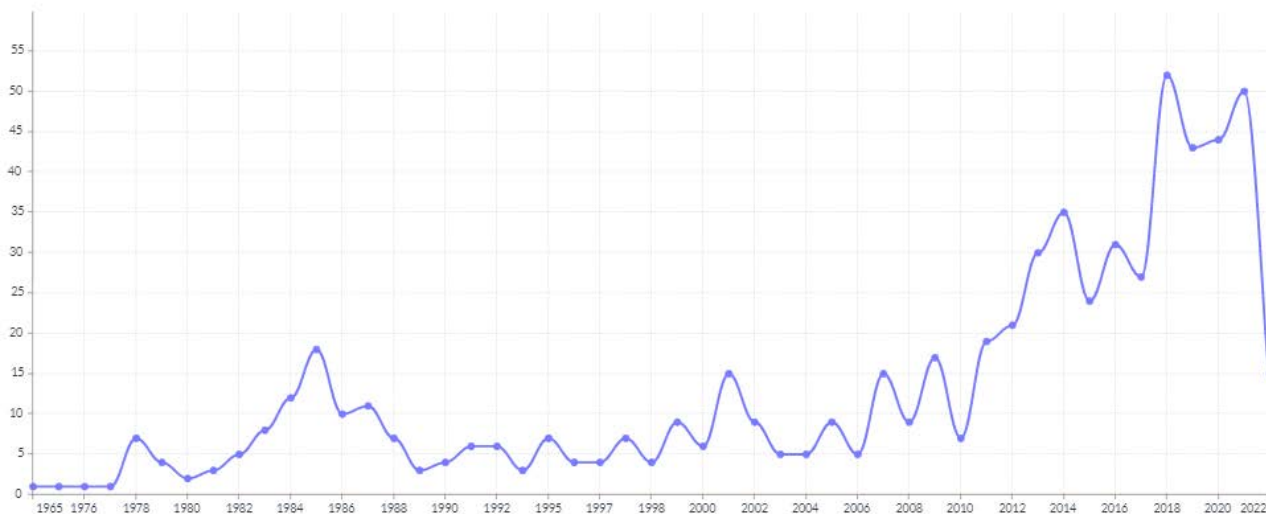


Рис 1.1. Загальна кількість публікацій з 1965 року по 2022 рік  
(складено на основі бази даних Scopus)



Рис. 1.2. Галузі знань наукових публікацій за досліджуваною тематикою з 1965 року по 2022 рік

У таблиці 1.1 наведені автори з найбільшою кількістю публікацій за досліджуваною тематикою.

Таблиця 1.1 – Топ–10 авторів за кількістю публікацій за досліджуваною тематикою з 1965 року по 2022 рр. (на основі бази даних Scopus)

Автор	Кількість опублікованих матеріалів
Mambo, M.	3
Babaskin, D.V.	3
Babaskina, L.I.	3
Boyd, C.	3
Dudík, R.	3
Alt, R.	2
Baldinelli, C.	2
Borůvka, V.	2
Cao, J.	2
Cenci Goga, B.T.	2

Відповідно до таблиці 1.1, п'ять вчених – Mambo, M., Babaskin, D.V., Babaskina, L.I., Boyd, C., Dudík, R., є лідерами в публікаційній активності.

10 найпопулярніших публікацій за досліджуваною тематикою у Scopus, наведені в таблиці 1.2.

Найбільш цитованими дослідженнями є «Prevalence of adverse events associated with potent antiretroviral treatment: Swiss HIV Cohort Study», «Strategic options in fair trade retailing» та «Estimating customer lifetime value based on RFM analysis of customer purchase behavior: Case study». Сумарно вони були процитовані 549 разів.

Візуалізація даних була здійснена за допомогою VosViewer [3]. Так, на рис. 1.3 представлено взаємозв'язки, що існують між країнами, вчені з яких мають найбільшу публікаційну активність у рамках досліджуваної тематики.

Таблиця 1.2 – 10 найбільш цитованих досліджень за тематикою з 1965 по 2022 рр.  
(на основі бази даних Scopus)

Кількість цитувань	Автор	Назва статті	Рік
294	Fellay, J., Boubaker, K., Ledergerber, B., Flepp, M., Telenti, A.	Prevalence of adverse events associated with potent antiretroviral treatment: Swiss HIV Cohort Study [4]	2001
142	Nicholls, A.J.	Strategic options in fair trade retailing [5]	2002
113	Khajvand, M., Zolfaghar, K., Ashoori, S., Alizadeh, S.	Estimating customer lifetime value based on RFM analysis of customer purchase behavior: Case study [6]	2011
94	Chen, C.-H., Khoo, L.P., Yan, W.	A strategy for acquiring customer requirement patterns using laddering technique and ART2 neural network [7]	2022
78	Gopal Rao, G., Jeanes, A., Osman, M., Aylott, C.,	Marketing hand hygiene in hospitals – A case stud [8]	2002
77	Patino, A., Pitta, D.A., Quinones, R.	Social media's emerging importance in market research [9]	2012
72	Yue, Y., Wang, H.-D., Hu, B., Li, Y.-G., Yeh, A.G.O.	Exploratory calibration of a spatial interaction model using taxi GPS trajectories [10]	2012
68	Li, M., Zhu, L., Zhang, Z., Xu, R.	Achieving differential privacy of trajectory data publishing in participatory sensing [11]	2017
64	Yang, S., Allenby, G.M., Fennell, G.	Modeling variation in brand preference: The roles of objective environment and motivating conditions [12]	2002
56	Hair, E.C., Bennett, M., Sheen, E., Willett, J.G., Vallone, D.	Examining perceptions about IQOS heated tobacco product: Consumer studies in Japan and Switzerland [13]	2018



Відповідно до рис. 1.4 було сформовано сім кластерів за ключовими словами. Загалом, ці кластери представляють 121 ключових слів, що зустрічаються найчастіше. Різні кластери зображені різними кольорами.

Отже, проведене нами дослідження розширює наше розуміння взаємозв'язку та взаємозалежності понять «маркетинговий аналіз» та «маркетингова діджитал агенція», допомагає визначити їх основні властивості та показує прогалини, які потребують заповнення у подальших дослідження, що базуватимуться на сучасних концепціях «Internet marketing» та «digital marketing».

## **1.2 Визначення тенденцій і трендів у розвитку діджитал агенцій**

На сьогоднішній день, споживачі шукають все більше і більше в Інтернеті, щоб знайти найкращу пропозицію від продавців по всьому світу, в порівнянні з традиційними або звичайними методами. Треба визнати, що підприємства дійсно можуть отримати вигоду від цифрового маркетингу, такого як пошукова оптимізація (SEO), маркетинг у пошукових системах (SEM), контент-маркетинг, маркетинг впливу, автоматизація контенту, маркетинг електронної комерції, маркетинг кампаній і маркетинг у соціальних мережах, оптимізація соціальних мереж, прямий маркетинг електронною поштою, медійна реклама, електронні книги, оптичні диски та ігри і стають все більш поширеними в наших передових технологіях.

Доведено на практиці, що ми всі пов'язані через WhatsApp та Facebook, і з кожним роком зростає використання соціальних мереж, створення нових можливостей для цифрових маркетологів для залучення клієнтів через цифрову платформу.

Цифровий маркетинг є економічно ефективним і має великий комерційний вплив на бізнес. Можна також стверджувати, що знання того, які сайти соціальних мереж використовує цільовий ринок компанії, є ще одним ключовим фактором для

гарантії успішного онлайн-маркетингу. Можна проаналізувати ефективність Інтернет-маркетингу щодо різних видів бізнесу.

Такі зміни, у тому числі в Інтернеті, змусили сьогоdnішнього маркетингового керівника стати більш орієнтованим на ринок у прийнятті стратегічних рішень, вимагаючи формалізованих засобів отримання точної та своєчасної інформації про клієнтів, продукти, ринок і загальне середовище.

Інтернет-маркетинг передбачає використання Інтернету для маркетингу та продажу товарів або послуг. Інтернет-маркетинг використовує можливості електронної комерції для продажу та маркетингу продуктів. Електронна комерція підтримує продаж, купівлю, торгівлю продуктами чи послугами через Інтернет.

Замовник сьогодні є клієнтом із повноваженнями, який контролює інтерактивні онлайн-медіа, контент і процес комунікації. **Потужність традиційних маркетингових інструментів і комунікації зменшується**, і клієнти мало довіряють корпоративному повідомленню та бренду. Технології змінюють контекст і практику маркетингу: маркетологи все більше змушені працювати у складному та мінливому світі, де вони більше не мають повного контролю над ЗМІ та повідомленнями.

Поведінка клієнтів також змінюється: клієнт втрачає довіру і стає набагато більш критичним, розумним, добре поінформованим і ініціативним, ніж будь-коли раніше. Нові знання, нові навички та нові підходи потрібні сучасним і майбутнім маркетологам не тільки для розуміння мінливого маркетингового середовища, а також для розуміння та спілкування з новим клієнтом.

Аби дізнатись популярність та тенденцію розвитку маркетингових діджитал агенцій та маркетингового аналізу, було використано інструмент **Google Trends** [14]. На рис. 1.5 можемо бачити динаміку популярності пошукових запитів: «маркетинговий аналіз» (marketing analysis), «маркетингова діджитал агенція» (marketing digital agency), «діджитал агенція» (digital agency).

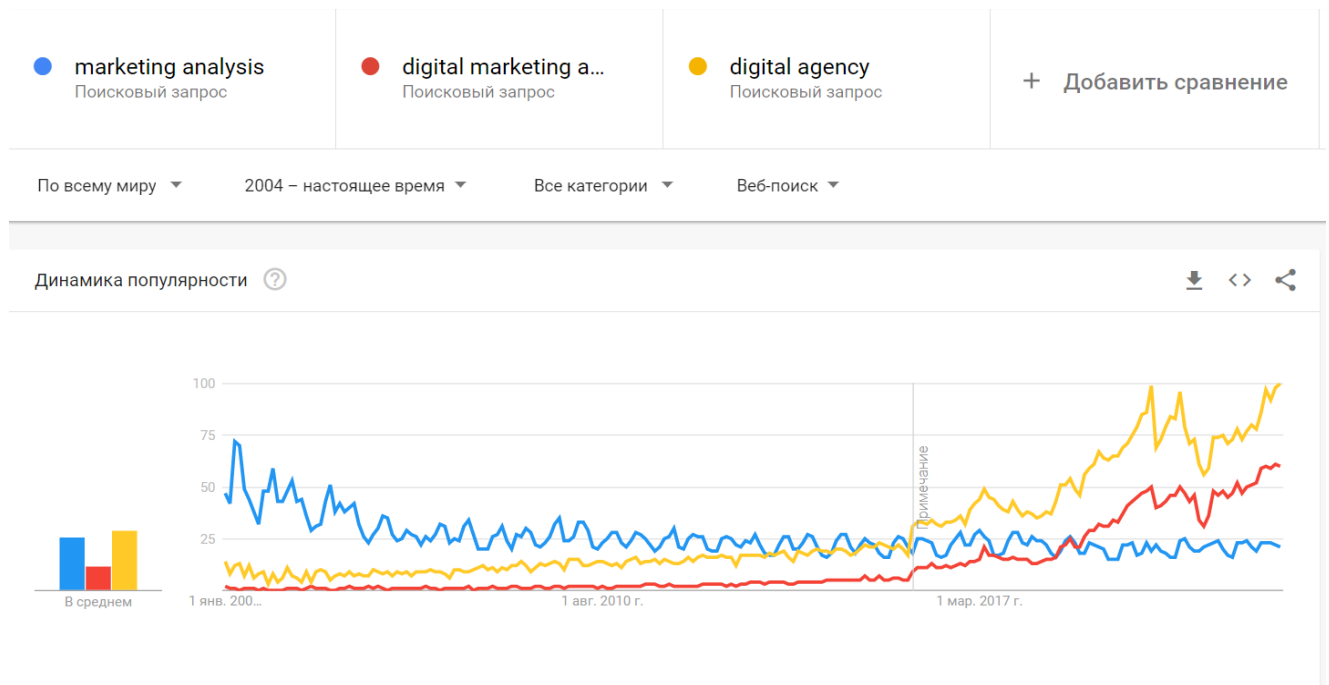


Рис. 1.5. Динаміка популярності запитів: «маркетинговий аналіз» (marketing analysis), «маркетингова діджитал агенція» (marketing digital agency), «діджитал агенція» (digital agency) (на основі інструменту Google Trends)

Як бачимо, на рис. 1.5 зображена динаміка з 2004 року по 2022 рік.

- Запит «маркетинговий аналіз» (marketing analysis) був на піку своєї популярності в 2004 році та має тенденцію спаду.
- Запит «маркетингова діджитал агенція» (marketing digital agency) активно набирає популярність з 2016 року та має тенденцію росту.
- Запит «діджитал агенція» (digital agency) має найбільші показники та активний ріст з 2016 року.

На рис 1.6 можемо спостерігати популярність запиту «**маркетинговий аналіз**» (marketing analysis) по місцевості. Регіони в яких найбільший процент зацікавленості: Філіпіни – 59%, Шрі Ланка – 53%, Ксенія – 50%, Нігерія – 50%, Гана – 49%.



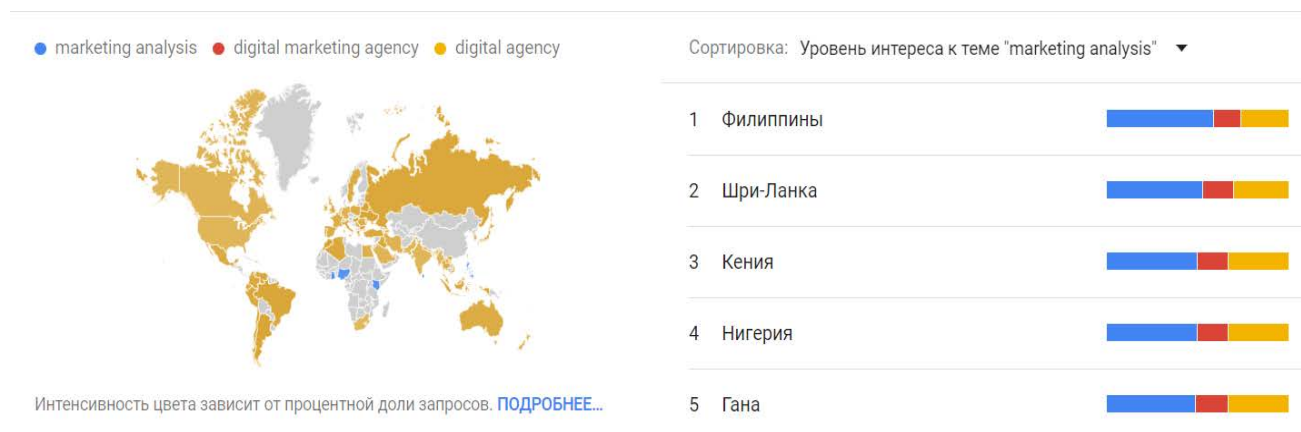


Рис. 1.6. Рівень зацікавлення теми «маркетинговий аналіз» (marketing analysis) по регіонам (на основі інструменту Google Trends)

На рис 1.7 представлена популярність запиту «маркетингова діджитал агенція» (marketing digital agency) по місцевості. Регіони в яких найбільший процент зацікавленості: Ірак – 38%, Лаос – 37%, Алжир – 37%, Венесуела – 37%, Еквадор – 37%.

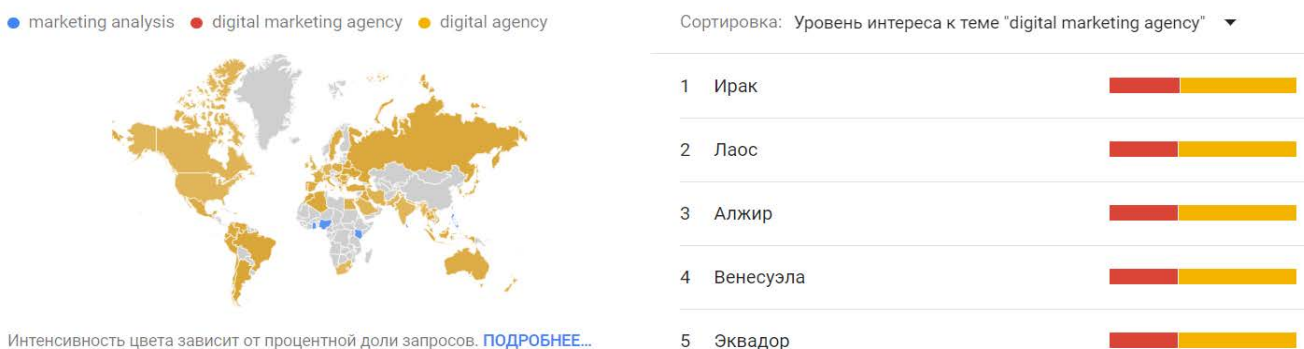


Рис.1.7. Рівень зацікавлення теми «маркетингова діджитал агенція» (marketing digital agency) по регіонам (на основі інструменту Google Trends)

На рис 1.8 подана популярність запиту «діджитал агенція» (digital agency) по місцевості. Регіони в яких найбільший процент зацікавленості: Болгарія – 75%, Домініканська республіка – 70%, Сербія – 70%, Угорщина – 70%, Білорусь – 69%.

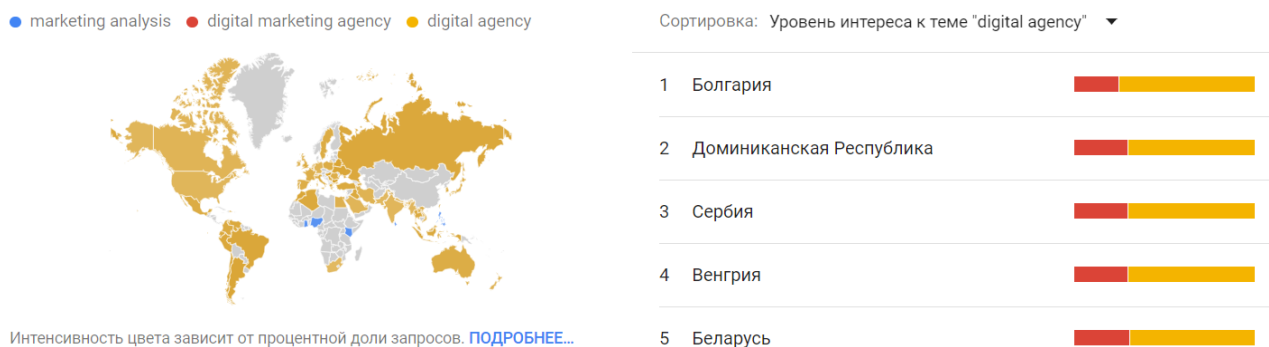


Рис. 1.8. Рівень зацікавлення теми «діджитал агенція» (digital agency) по регіонам (на основі інструменту Google Trends)

Отже, провівши аналіз популярності запитів «маркетинговий аналіз» (marketing analysis), «маркетингова діджитал агенція» (marketing digital agency), «діджитал агенція» (digital agency) можемо спостерігати тенденцію росту останніх двох запитів. Тобто маркетингові діджитал агенції набирають популярності, так як з кожним роком все більше різноманітних бізнесів виходять на ринок Онлайн послуг/продажів, та потребують допомоги в швидкому виході на ринок та якісному просуванні, яке буде задовольняти поставлені цілі і задачі.

## 2. Конкурентний аналіз маркетингової діджитал агенції «iParus»»

### 2.1 Встановлення відповідності між внутрішнім та зовнішнім середовищем діяльності «iParus»»

Одною із прогресивних маркетингових діджитал агенцій України є «iParus» Agency. У цій агенції автору даної роботи вдалось попрацювати та побачити як відтворена робота зсередини. А саме ознайомитись зі структурою підприємства, маркетинговою роботою, каналами збуту послуг, каналами пошуку клієнтів, товарною номенклатурою, підбором спеціалістів, варіацією комунікацій з потенційним клієнтом, виконанням поставлених KPI та багато іншого.

Засновником «iParus» Agency є ТОП SEO фахівець та маркетолог Папуть Іван.

Відгуки задоволених клієнтів протягом тривалого часу підтверджують високу репутацію агенції. Штат агенції становить понад 50 осіб, які працюють без прив'язки до місця і часу, адже в агенції відсутній фізичний офіс.

Головним завданням діджитал агенція «iParus» визначила забезпечення зростання показників продажу товарів та послуг клієнтів, що мотивує працівників надавати послуги якісно та з повним розумінням відповідальності.

Веб-студія повністю позиціонується на просуванні інтернет-ресурсів у найвідоміших пошукових системах. Google та Яндекс – це основні напрямки їхньої роботи.

На рис 2.1 можна побачити послуги, які надає веб-агенція «iParus». А саме: **SEO** (оптимізація сайту під Google і Яндекс), **WEB** (розробка дизайну і сайтів як шаблонних так і індивідуальних), **PPC** (контекстна реклама в Google Ads Яндекс Direct), **SMM** (ведення соціальних мереж Instagram та Facebook).

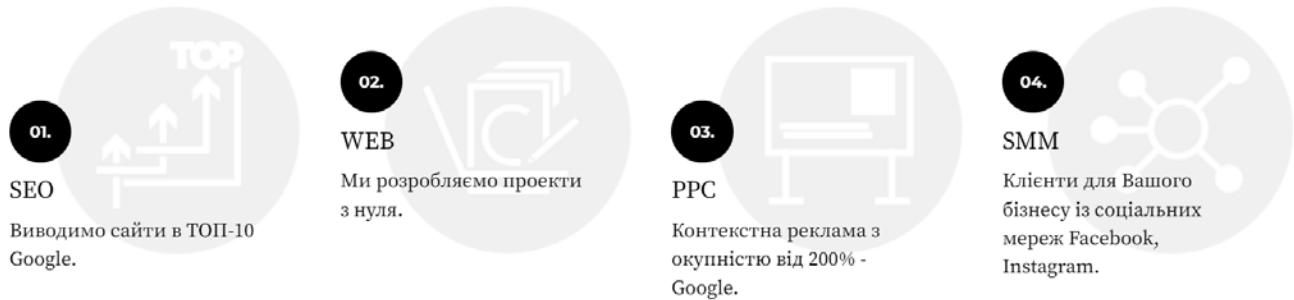


Рис. 2.1. Послуги діджитал агенції «iParus»

На рис 2.2 можна побачити деяких представників команди «iParus». А саме: Івана Папуся – керівника агенції, Ганну Ющенко – менеджера проектів та Володимира Кудрявцева – дизайнера «iParus».



01. — Керівник

Іван Папусь

SEO експерт №1. 11 років у маркетингу.  
275+ реальних відгуків.



02. — Менеджер проектів

Ганна Ющенко

Побудова процесу роботи з проектами з наявними ресурсами та у межах виділеного бюджету.



03. — Дизайнер

Володимир Кудрявцев

Експерт WEB-дизайну, 8 років досвіду в UX-проектванні сайтів, дослідженнях, простому та зрозумілому UI.

Рис. 2.2. Представники команди маркетингової діджитал агенції «iParus»

«iParus» Agency має досвіду роботи більше ніж 10 років та більше 2000 успішно закритих проектів. Серед числа клієнтів є: Leroy Merlin – французька компанія, один із найбільших європейських DIY-рітейлерів, слетать.ру – мережа

туристичних агенцій, Румиком – фірмовий магазин Xiaomi, Rondell – марка кухонного посуду з Німеччини та інші (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Головні клієнти агенції «iParus»

Так як агенція завжди прагне вдосконалення, має велику кількість різноманітних сертифікатів та нагород, на рис. 2.4 можна побачити частину їх, а саме: ТОП B2B компанія 2021 року за версією Clutch, Партнер Бітрікс24, WordPress Ехpert та інші.

Таким чином, маркетингова діджитал агенція існує вже більше 10 років на міжнародньому ринку, попри те, що команда спеціалістів з України, вона має успішні проекти з різних точок світу. Налічує більше 50 спеціалістів штабу, які не мають фізичного офісу, і працюють онлайн. Агенція сфокусована на певних напрямках: **SEO** (оптимізація сайту під Google і Yandex), **WEB** (розробка дизайну і сайтів як шаблонних так і індивідуальних), **PPC** (контекстна реклама в Google Ads Yandex Direct), **SMM** (ведення соціальних мереж Instagram та Facebook). Також має



велику кількість нагород та достойне портфоліо, і є достатньо конкурентоспроможною.

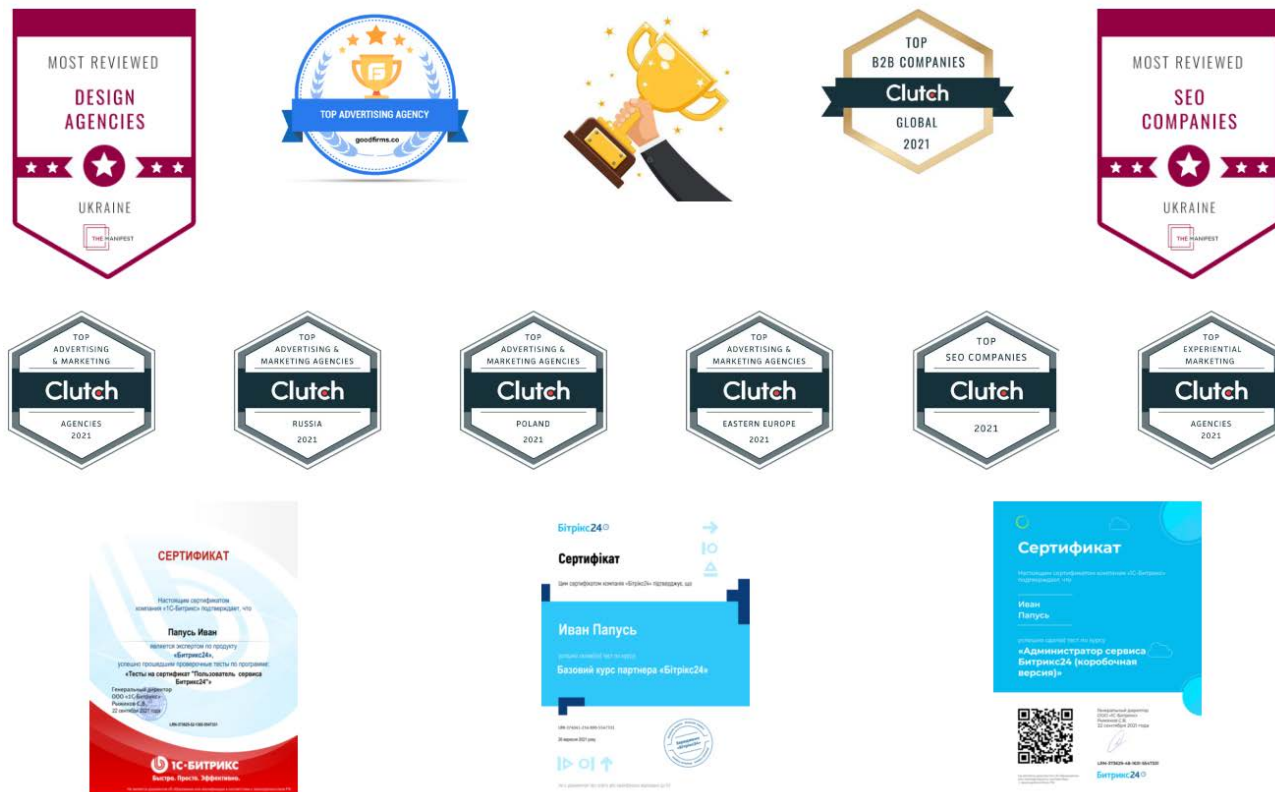


Рис. 2.4. Нагороди і сертифікати агенції «iParus»

Дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування діджитал агенції «iParus» було проведено на основі SWOT-аналізу [17] (табл. 2.1).

Оцінки виставляються від 1 до 5, тобто: 1 – не важливо; 2 – менш важливо; 3 – посередньо важливо; 4 – більш важливо; 5 – дуже важливо.

Таблиця 2.1 – SWOT-аналіз діджитал агенції «iParus»

<i>Сильні сторони</i>	<i>Рівень важливості фактора</i>	<i>Слабкі сторони</i>	<i>Рівень важливості фактора</i>
Ефективно використовують інтернет-рекламу	5	Висока вартість послуг	3
Команда професіоналів	5	Невеликі рекламні бюджети	4
Власний сайт з чотирма мовами, для зручності клієнтів	3	Дорога воронка продажів	4
Велика клієнтська база	5	Велика кількість конкурентів	5
Широкий спектр послуг	4	Мала заробітня платня спеціалістів	3
Гарна репутація на ринку	5	Відсутність стратегії підприємства	5
Орієнтованість на споживача	5	Низька впізнаваність на ринку	4
<i>Сума</i>	<i>32</i>	<i>Сума</i>	<i>28</i>
<i>Можливості</i>	<i>Рівень важливості фактора</i>	<i>Загрози</i>	<i>Рівень важливості фактора</i>
Розширення цільової аудиторії та залучення нових клієнтів	5	Нестабільна ситуація у світі через війну росії з Україною	5
Розширення асортименту послуг	3	Швидка зміна трендів в дизайні та підходах	3
Розвиток інформаційних технологій	4	Зростання конкуренції – все більше з'являється поодиноких спеціалістів, які надають послуги набагато дешевше	4
Вихід з ринку конкурентів	5	Неможливість населення купляти дорогі послуги	4
Збільшення меж зовнішнього ринку	5	Збільшення витрат на надання послуг (пошук нових ринків, після розриву зв'язків з росією)	5
Підвищення кваліфікації спеціалістів, вивчення інших мов	5	Нестабільність валюти	4
<i>Сума</i>	<i>27</i>	<i>Сума</i>	<i>25</i>

Щоб зрозуміти, наскільки є взаємозв'язок між факторами внутрішнього та зовнішнього середовища діджитал агенції «iParus», у таблиці 2.2 виконано співставлення.

Таблиця 2.2 – Матриця співставлення SWOT-аналізу

Внутрішні чинники фармацевтичної галузі	Зовнішні чинники фармацевтичного ринку	
	Можливості	Загрози
Сильні сторони	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гарна репутація на ринку і Збільшення меж зон ринку – це сприятиме швидшому виходу на новий ринок</li> <li>2. Підвищення кваліфікації спеціалістів та вивчення іноземних мов допоможе розширенню цільової аудиторії.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Команда професіоналів може допомогти справитись зі зміною трендів.</li> <li>2. Ефективне використання інтернет реклами допоможе справитись з поодинокими спеціалістами – конкурентами агенції.</li> </ol>
Слабкі сторони	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Збільшення меж ринку може допомогти підвищити впізнаваність.</li> <li>2. Підвищення кваліфікації спеціалістів та вивчення іноземних мов допоможе компенсувати високу вартість послуг</li> </ol>	

Провівши SWOT-аналіз маркетингової діджитал агенції, можна сказати, що є багато можливостей, які можна реалізувати з наявними сильними сторонами. З гарною репутацією, що вже існує на ринку та зі збільшенням меж зон ринку можна буде швидше вийти на новий ринок.

Розширити цільову аудиторію допоможуть спеціалісти з підвищеною кваліфікацією, та знанням англійською та інших іноземних мов.

Збільшення меж ринку допоможе підвищити впізнаваність, що в свою чергу приведе нових клієнтів.



Також підвищення кваліфікації спеціалістів та вивчення іноземних мов допоможе компенсувати високу вартість послуг, вийшовши на міжнародний ринок з «українськими» цінами, можна залучити багатьох клієнтів.

Вже наявна команда професіоналів може допомогти справитись зі зміною трендів, за якими треба пильно слідкувати, аби завжди пропонувати клієнту найкраще. Ефективне використання інтернет реклами допоможе справитись з поодинокими спеціалістами – конкурентами агенції, адже вони, найчастіше, не володіють великими бюджетами, та не можуть запропонувати комплексний підхід, який необхідний багатьом клієнтам.

## **2.2 Дослідження основних конкурентів маркетингової діджитал агенції «iPapus»»**

Для виконання конкурентного аналізу було обрано три агенції: «iPapus» Agency, Red Chameleon, Idea Digital, та їх сайти: <https://iPapus.com.ua/> [18, 19], <https://redchameleon.com.ua/> [20], <https://ideadigital.agency/> [21]. Було проаналізовано сайти по параметрам: трафік, періоді, оцінка авторитету сайтом [www.semrush.com](http://www.semrush.com), зворотні посилання, реферальні домени, ключових слів в ТОП10, ранг домену, органічні ключові слова, динаміка за 6 міс. Важливість аналізу конкурентів розглянута в [22, 23].

За допомогою електронного ресурсу – <https://www.semrush.com/> [24] було проведено конкурентний аналіз та складено таблиці 2.3.-2.5.

Проаналізувавши отримані дані можна зробити такі висновки.

### **Аналіз <https://iPapus.com.ua/>**

Трафіку за червень місяць в «iPapus» найменше – 537 відвідувачів. Це у вісім разів менше ніж у [ideadigital.agency](http://ideadigital.agency). Оцінка аворитету сайту за версією [www.semrush.com](http://www.semrush.com) також найнижча – 28 балів. Ця оцінка вміщає в себе сотні показників, по яким проводиться аналіз за допомогою сервісу [www.semrush.com](http://www.semrush.com).

Таблиця 2.3 – Аналіз конкурентів (по оцінці сайту [www.semrush.com](http://www.semrush.com))

№	Сайт	Трафік	Період	Оцінка Авторитету www.semrush.com
1	<a href="https://iPapus.com.ua/">https://iPapus.com.ua/</a>	0,5к	за червень	28
2	<a href="https://redchameleon.com.ua/">https://redchameleon.com.ua/</a>	3К	за червень	38
3	<a href="https://ideadigital.agency/">https://ideadigital.agency/</a>	4к	за червень	33

Таблиця 2.4 – Аналіз конкурентів (по оцінці сайту [www.semrush.com](http://www.semrush.com))

№	Сайт	Зворотні посилання	Реферальні домени	Ключових слів в ТОП10
1	<a href="https://iPapus.com.ua/">https://iPapus.com.ua/</a>	6,1к	310	61
2	<a href="https://redchameleon.com.ua/">https://redchameleon.com.ua/</a>	885,5к	633	127
3	<a href="https://ideadigital.agency/">https://ideadigital.agency/</a>	12к	482	127

Таблиця 2.5 – Аналіз конкурентів (по оцінці сайту [www.semrush.com](http://www.semrush.com))

№	Сайт	Ранг домену Semrush	Органічні ключові слова	Динаміка 6 міс.
1	<a href="https://iPapus.com.ua/">https://iPapus.com.ua/</a>	20,9 млн	<b>к-сть органічних слів зменшується</b> <a href="http://joxi.ru/xAewMzecM4O54m">http://joxi.ru/xAewMzecM4O54m</a>	<b>к-сть відвідувачів зменшується</b> <a href="http://joxi.ru/8AnYqL0hNMenR2">http://joxi.ru/8AnYqL0hNMenR2</a>
2	<a href="https://redchameleon.com.ua/">https://redchameleon.com.ua/</a>	8,8 млн	<b>к-сть органічних слів зменшується</b> <a href="http://joxi.ru/l2ZGkaVSlj1L4A">http://joxi.ru/l2ZGkaVSlj1L4A</a>	<b>к-сть відвідувачів зменшується</b> <a href="http://joxi.ru/p27jPMLHLJX5pm">http://joxi.ru/p27jPMLHLJX5pm</a>
3	<a href="https://ideadigital.agency/">https://ideadigital.agency/</a>	6,4 млн	<b>к-сть органічних слів збільшується</b> <a href="http://joxi.ru/E2pDqRkivoQxb2">http://joxi.ru/E2pDqRkivoQxb2</a>	<b>має тенденцію спаду відвідувачів</b> <a href="http://joxi.ru/zANXWE5T17WKgm">http://joxi.ru/zANXWE5T17WKgm</a>

Зворотніх посилань всього 6,1к а це у 145 разів менше ніж у redchameleon.com.ua. Зворотні посилання нам показують кількість переходів з інших сайтів на «iParus».com, ця цифра має бути кращою.

Реферальних доменів 310 шт. Ранг домену – 20,9 млн. Ключових слів в ТОП10 – 61 див. на рис. 2.5, має тенденцію зменшення.

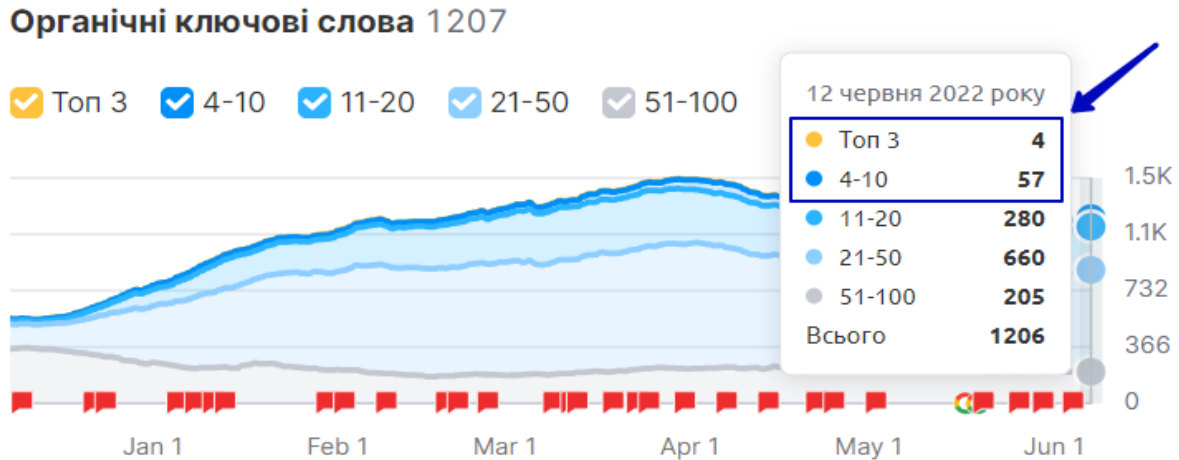


Рис. 2.5. Динаміка та кількість ключових слів «iParus».com

На рис. 2.6 можемо бачити динаміку і кількість органічного трафіку за останні 6 місяців. Має тенденцію зменшення кількості органічного трафіку.

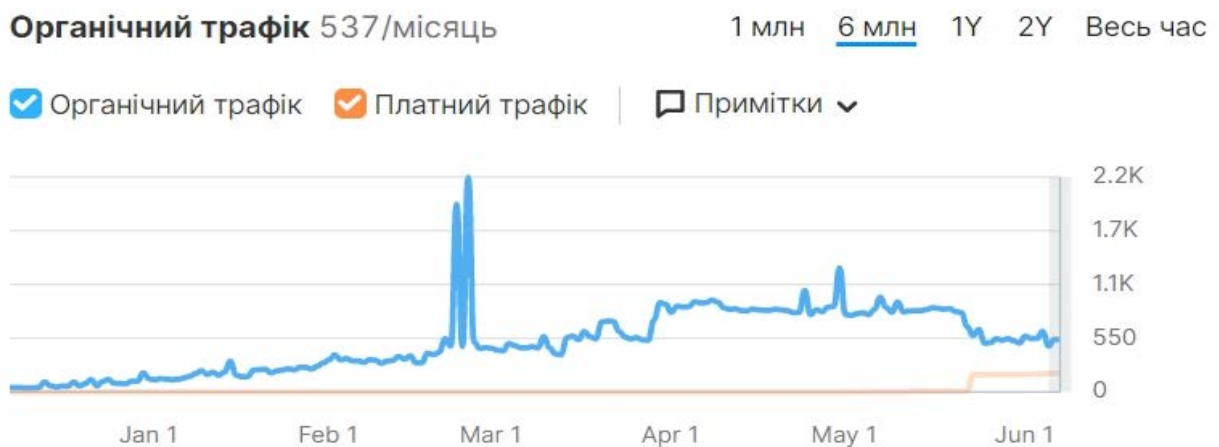


Рис. 2.6. Динаміка органічного трафіку «iParus».com за останні 6 місяців

## Аналіз redchameleon.com.ua

Red Chameleon має середні показники по трафіку серед проаналізованих сайтів – 3к відвідувачів за червень. Оцінку авторитету сайту має найвищу серед проаналізованих сайтів – 38 балів.

Зворотніх посилань сайт redchameleon.com.ua має 885,5к , це найкращий показник серед проаналізованих сайтів.

Реферальних доменів – 633 шт, також найбільший показник. Ранг домену – 8,8 млн. Ключових слів в ТОП10 – 127, див на рис. 2.7. Органічні ключові слова мають тенденцію спаду.

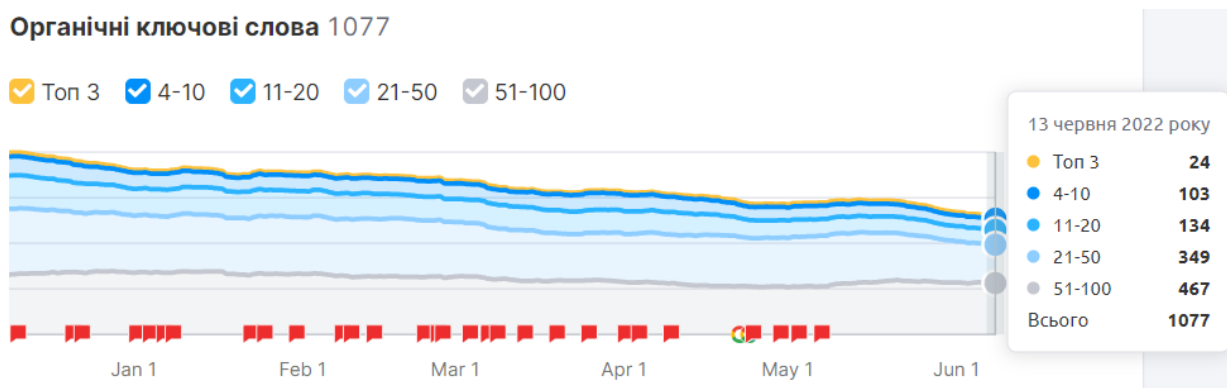


Рис. 2.7. Динаміка і кількість ключових слів сайту redchameleon.com.ua

На рис. 2.8 можемо бачити динаміку і кількість органічного трафіку за останні 6 місяців. Має тенденцію зменшення кількості органічного трафіку.



Рис. 2.8. Динаміка органічного трафіку redchameleon.com.ua за 6 місяців

## Аналіз ideadigital.agency

Проаналізувавши сайт ideadigital.agency можна стверджувати, що він має найшільший трафік серед конкурентів – 4к відвідувачів.

Оцінку авторитету сайту має середню серед проаналізованих сайтів – 33 бала.

Зворотніх посилань сайт redchameleon.com.ua має 12к , це середній показник серед проаналізованих сайтів.

Реферальних доменів – 482 шт, також середній показник. Ранг домену – 6,4 млн. Ключових слів в ТОП10 – 144, що є найкращим показником.

Кількість органічних ключових слів мають тенденцію росту, див на рис. 2.9.

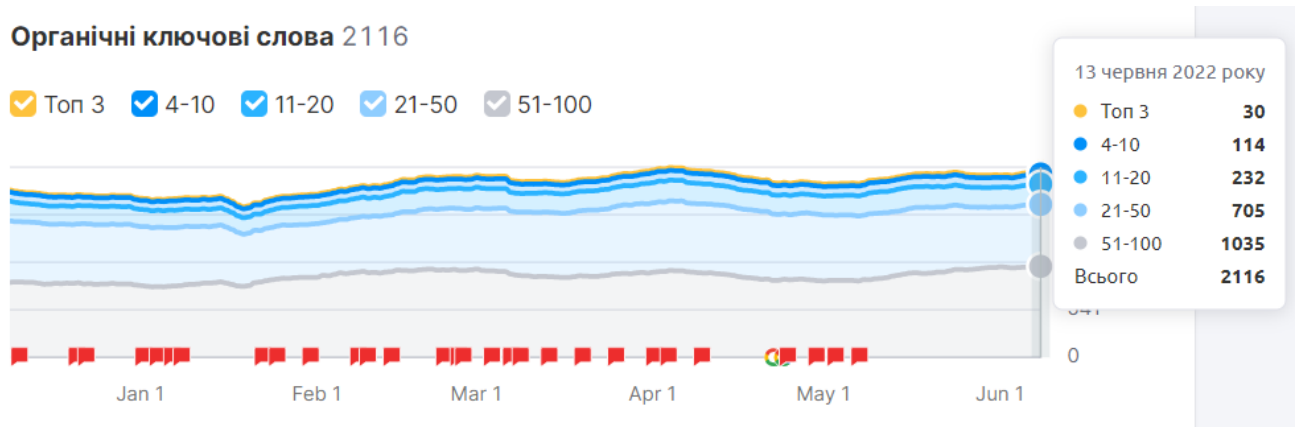


Рис. 2.9. Динаміка і кількість ключових слів сайту ideadigital.agency

На рис. 2.10 можемо бачити динаміку і кількість органічного трафіку за останні 6 місяців. Має тенденцію зменшення кількості органічного трафіку.

Проаналізувавши три маркетингові агенції: «iPapus» Agency, Red Chameleon, Idea Digital, та їх сайти: <https://iPapus.com.ua/>, <https://redchameleon.com.ua/>, <https://ideadigital.agency/> за допомогою сервісу <https://www.semrush.com/>, можна стверджувати, що найбільш конкурентноспроможними є дві команди Red Chameleon та їх сайт redchameleon.com.ua. і Idea digital з сайтом [ideadigital.agency](https://ideadigital.agency/).

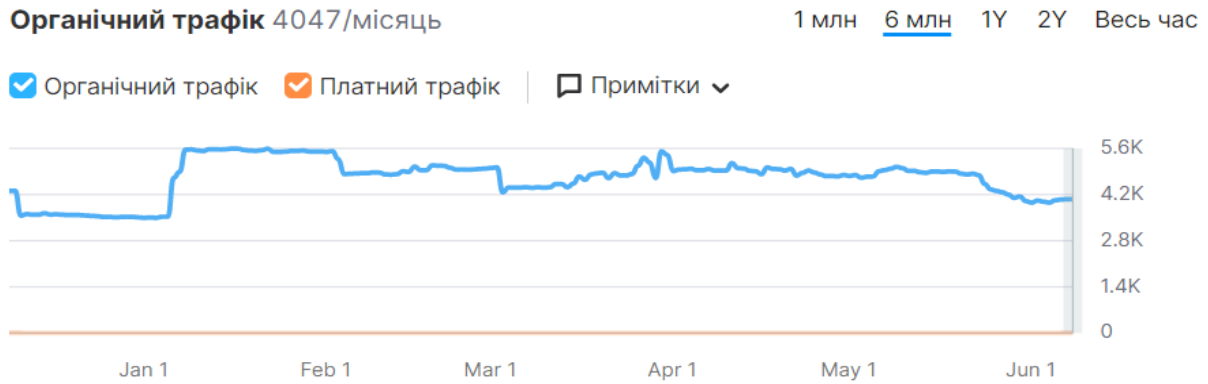


Рис. 2.10. Динаміка органічного трафіку ideadigital.agency за 6 місяців

Red Chameleon лідує по наступних параметрах:

- за оцінкою авторитету;
- за кількістю зворотніх посилань;
- за кількістю реферальних доменів.

Idea digital лідує по наступним параметрам:

- за кількістю трафіку;
- за кількістю ключових слів в ТОП–10;
- за рангом домену.

«iParus» Agency не лідує ні по одному параметру. Це значить, що є багато над чим працювати, а саме:

→ над платним трафіком (підключити його, поки трафік з SEO буде наростати);

→ над оптимізацією сайту;

→ над ключовими словами, треба зібрати якісно семантику та пропрацювати щодо виходу нових слів в ТОПи;

→ сфокусуватись на ключових словах що знаходяться на 11–50 сторінках, виводити їх на перші сторінки пошуковків;

→ закупати більше посилань та збільшувати кількість рефералів;

→ поширювати більше статей про агенцію, про послуги;

→ активно вести соц.мережі і YouTube.

### 3. Визначення проблем та шляхів удосконалення маркетингової стратегії маркетингової діджитал агенції «iParus»

#### 3.1 Прикладне дослідження специфіки маркетингової діяльності

Перед проведенням детального дослідження маркетингової діяльності були уточнені теоретичні основи. Так, використання сучасних підходів до аналізу та систематизації теорії маркетингу та суміжних галузей було проаналізовано у працях [27-39].

Маркетингова діджитал агенція «iParus» має великий спектр послуг, а саме: **SEO** (оптимізація сайту під Google і Yandex), **WEB** (розробка дизайну і сайтів як шаблонних так і індивідуальних), **PPC** (контекстна реклама в Google Ads Yandex Direct), **SMM** (ведення соціальних мереж Instagram та Facebook).

#### Номенклатура

Маркетингова діджитал агенція «iParus» функціонує в розрізі онлайн–торгівлі та здійснює онлайн-продаж послуг через сайт «iParus».com/ua/

До асортименту послуг, який реалізується на сайті «iParus».com, відносять такі групи товарів:

1. Аудити – повний аудит, в форматі ТЗ, міні аудит, мобільної версії, юзабіліті.
2. Комплекс робіт – міні, оптіма, максі, індивідуальний.
3. Сайт під ключ – індивідуальний, шаблонний, на Wordpress, OpenCart, Бітрікс, лендинг, корпоративний сайт, інтернет–магазин.
4. Контекстна реклама – тариф базовий, стандарт і преміум, для інтернет–магазині і для всіх інших сайтів.
5. Відеореклама – тариф базовий і преміум.
6. SMM – тариф базовий, стандарт, преміум, індивідуальний.
7. Таргетована реклама – тариф стандарт, преміум, індивідуальний.
8. Накрутка – лайків, дизлайків, підписників, реальних переглядів.

З вищеперерахованого ми бачимо, що ширина асортиментної групи складає 8, глибина товарних груп: аудити – 5, комплекси робіт – 4, сайт під ключ – 8, контекстна реклама – 5, відеореклама – 2, SMM – 4, таргетована реклама – 3, накрутка – 4.

Насиченість асортименту – 35.

Ширший асортимент товарів можна замовити на сайті агенції, це моніторинги, розміщення статей, написання текстів та інше.

В Додатку до роботи подано детальний список послуг, цінову політику та дедлайни виконання послуг [25].

Отже, підсумовуючи щодо вартості на послуги:

- SEO роботи від **500\$**;
- Аудити від **120\$**;
- Консультації від **27\$/год**;
- Розробка логотипу та фірмового стилю від **170\$**;
- Сайт пвд ключ від **550\$**;
- Контекстна реклама від **290\$**;
- SMM і таргетована реклама в соц. мережах від **320\$**.

Проаналізувавши ціни конкурентів, можна стверджувати, що цінова політика маркетингової діджитал агенції «iParus» є помірною, має середні ціни. В агенції можна знайти достатньо широкий спектр послуг, вона не сфокусована на одному напрямку (як Red Chameleon – тільки розробка сайтів), таким чином «iParus» має більшу аудиторію і більшу частку ринку.

Проте, чим більше послуг (направлень) може надавати компанія, тим більше у неї конкурентів, «iParus» не виключення. Через велику конкуренцію зростає необхідність проявити себе, зацікавити та зупинити вибір споживача саме на собі.

Маркетингова діджитал агенція «iParus» має наступну схему шляху клієнта, див. рис. 3.1.



## ШЛЯХ КЛІЄНТА В ІРАРУС

### Пошук клієнта

Fl.ru , холодні дзвінки, робота з наявною клієнтською базою, офлайн конференції

### Перший контакт

Завжди дзвінком. Завдання: зрозуміти біль, показати обізнанність та бажання/вміння задовольнити клієнта, заохотити підготувати індивідуальну пропозицію.

### Підготовка пропозиції

Sales менеджер радиться з спеціалістами та починається підготовка комерційної пропозиції.

### Презентація

Разом зі спеціалістами клієнту презентують PDF файл з індивідуальним розрахунком, відповідають на всі питання.

### Закриття угоди

За необхідністю доопрацьовують пропозицію, підписують договір, приймають оплату.



Рис. 3.1. Шлях клієнта в діджитал агенції «iParus»

*Перший етап* полягає в пошуку клієнта. Більшість клієнтів приходить з сервісу fl.ru, так як керівник зареєстрований там більше 10 років, та має бездоганно напрацьовану репутацію та більше ніж 275 позитивних відгуків. Працює сервіс fl.ru по наступному принципу: клієнт викладає задачу, в якій описує сенс проблеми, або що необхідно зробити, вказує бюджет, дедлайни, а виконавці (спеціалісти) моніторять та пропонують себе замовнику. Також одним із методів знайти клієнта – є холодні продзвони, які робляться по готовій базі інтернет магазинів України.

*Другий етап* – необхідність здійснити перший контакт менеджера з потенційним клієнтом. Вислухати його, зрозуміти обізнанність клієнта, чи правильно розуміє сам клієнт, що йому потрібно, менеджер направляє на

необхідний пакет послуг, який закрий кінцеві задачі клієнта. Якщо клієнту підходить підхід, вартість, дедлайни, то менеджер домовляється про *третій етап* – підготовку комерційної пропозиції, яка буде розроблена спеціалістами компанії «iParus» спеціально під клієнта і його запити.

*Четвертим етапом* є вже підготовлений PDF файл, дзвінок через Zoom, та презентація пропозиції, обґрунтування тих чи інших методів задля задоволення кінцевих задач клієнта, пропозиції щодо оптимізації процесу, рекомендації та відповіді на всі питання, що виникнуть. Після презентації клієнт точно знає бюджети, дедлайни і методи роботи, в цей період менеджеру вкрай важливо підтримувати зв'язок та не дати клієнту “сплигнути з вудочки”.

*П'ятий – найприємніший етап* – закриття угоди. Підписання договору, оплата робіт (або аванс) і спеціалісти вступають в роботу, далі клієнтом займається команда акаунт менеджерів, а в sales менеджера все починається по колу.

Для ефективного просування послуг на ринку використовується спеціальна система просування, яка включає 4 складові:

1. Реклама (в соц. мережах, в пошуковиках, на різних маркетингових площадках);
2. «Паблік рілейшнз» (активна робота над статтями, що розміщуються на маркетингових сайтах, робота з лідерами думки, з блогерами та відомими особистостями, які радять «iParus», та діляться досвідом);
3. Персональний продаж (здійснений керівником фірми – Папусь Іваном, він відвідує велику кількість конференцій, де зустрічає підприємців, що зацікавлені в просуванні свого бренду);
4. Стимулювання збуту (різного виду акції, безкоштовні послуги, як додатки до основних послуг та інше).

Отже, досліджуване підприємство проводить активну систему просування товарів, проте зараз ця система не є досконалою і потребує певної модернізації.

### **3.2 Розроблення заходів щодо покращення маркетингової активності маркетингової діджитал агенції «iParus»**

Провівши конкурентний і SWOT-аналізи, з'явилось декілька пропозицій, щодо покращення становища діджитал агенції «iParus».

Так як «iParus» програє по всім показникам проаналізованим конкурентам, є сенс сконцентрувати сили на SEO оптимізації свого сайту, пропрацювати семантичне ядро, внутрішню і зовнішню оптимізацію сайту, публікувати статті на трасових сайтах, моніторити позиції сайту та підвищувати їх.

Розуміючи клієнти можуть перевірити позиції сайту і ключові слова за якими він в ТОПі, і відкинути бажання працювати з компанією, яка навіть свій сайт не змогла просунути.

Є різка необхідність досягнути трафіку, який є у конкурентів, а він в 8 разів більший.

Приймати більш активну участь в покращенні впізнаваності бренду. Висвітлювати не тільки кейси (див. рис. 3.2), а й знайомити зі спеціалістами, аби у клієнта виникла довіра і розуміння, хто саме буде тримати його або її мільйонний бізнес в руках.

Обрати «обличчя» агенції, наприклад керівника, та постити кожного дня розмовні Stories, аби підтримувати зв'язок з клієнтами та завжди нагадувати про своє існування, тим самим заохочувати замовити якусь із послуг. Зацікавлення до перегляду сторіс або роликів в YouTube можна отримати завдяки наступному прийому: наприклад, раз на тиждень розповідаючи про користь послуги, додати пропозицію 50% на якусь із послуг, або безкоштовний бонус, прямо посеред відео. Аби клієнти всю інформацію уважно слухали в очікуванні приємності.

Рекомендується збільшення витрат на рекламну діяльність – рекламна діяльність фірми не є надто ефективною.

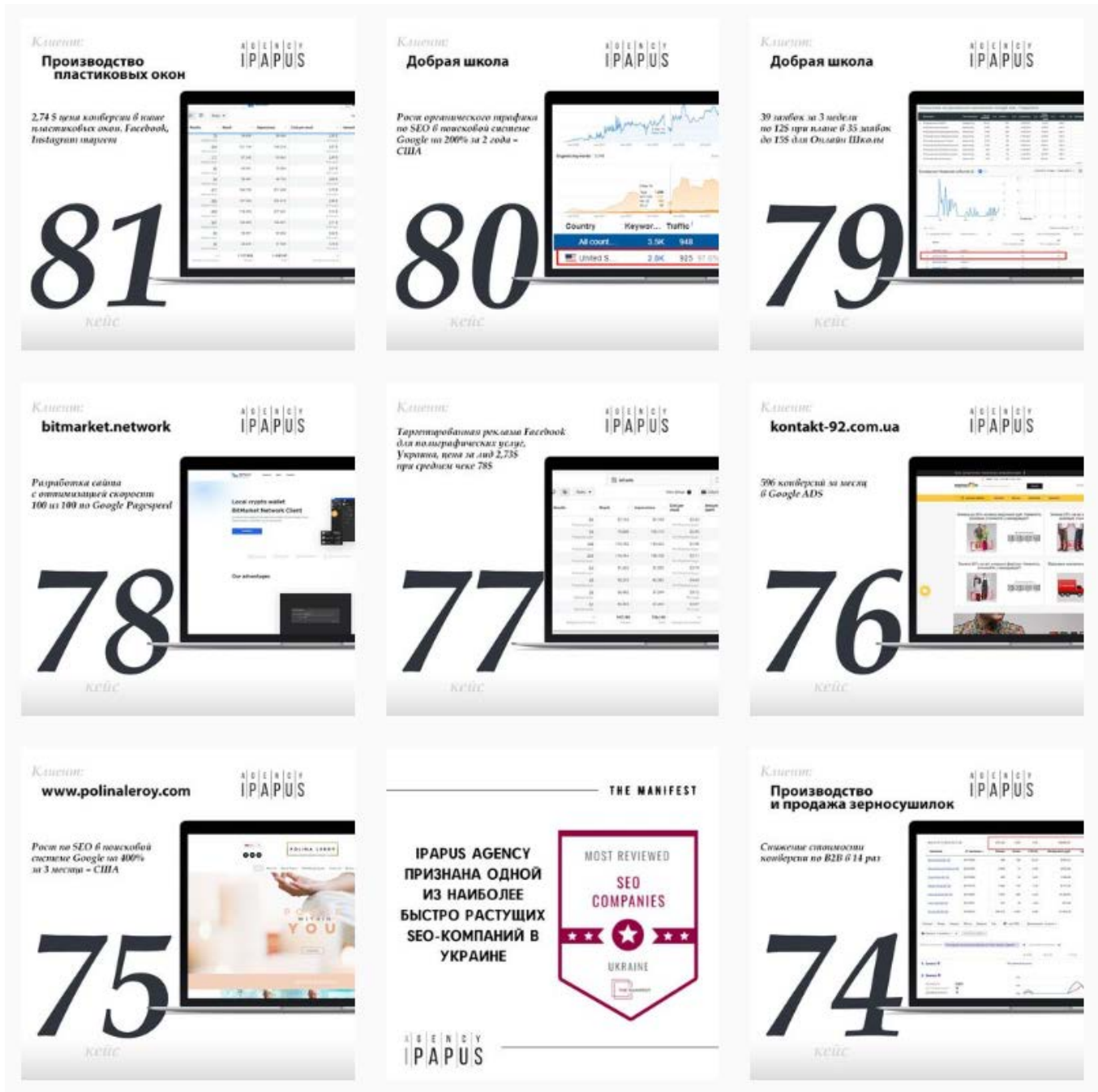


Рис. 3.2. Посты «iParus»\_agency в Instagram [26]

Провести інтенсифікацію рекламної кампанії, зокрема, активізувати рекламну діяльність у соціальних мережах.

Розширяти межі ринку з урахуванням портретів цільових споживачів залежно від послуг, які їм можуть бути цікавими.

Можна відкрити благодійний фонд для підтримки людей, які проживають на територіях ведення бойових дій. Це не тільки принесе суспільну користь, але також позитивно відіб'ється на іміджі агенції. Вона розглядатиметься як агенція, що використовує соціально–етичний маркетинг.

Відповідно, такі маркетингові заходи допоможуть маркетинговій діджитал агенції «iParus» вийти на новий рівень конкуренції, підняти рівень продажів та рівень доходу, забезпечити агенції отримувати необхідний прибуток, а також забезпечити “фінансову подушку”, яка може бути необхідною, у зв'язку з нестабільною ситуацією через війну росії з Україною.

## ВИСНОВКИ

Проведене нами дослідження дозволило розглянути комплексно проблему діджиталізації та особливості маркетингової діяльності конкретної діджитал агенції. Бібліометричний аналіз розширив наше розуміння взаємозв'язку та взаємозалежності понять «маркетинговий аналіз» та «маркетингова діджитал агенція». Було встановлено, що вони тісно переплетені та залежні один від одного.

Крім того, у цій роботі описано сутність маркетингової діджитал агенції та тенденції розвитку, які проявляються на діджитал-ринку сьогодні.

Проведений аналіз популярності запитів “маркетинговий аналіз” (marketing analysis), “маркетингова діджитал агенція” (marketing digital agency), “діджитал агенція” (digital agency) показав тенденцію росту останніх двох запитів. Тобто маркетингові діджитал агенції набирають популярності, так як з кожним роком все більше різноманітних бізнесів виходять на ринок онлайн–послуг/продажів та потребують допомоги в швидкому виході на ринок та якісному просуванні, яке буде задовольняти поставлені цілі і задачі.

Провівши SWOT-аналіз маркетингової діджитал агенції, було встановлено, що є багато можливостей, які можна реалізувати з наявними сильними сторонами. Разом із тим, було доведено, що є необхідність постійно аналізувати сильні, слабкі сторони та можливості і загрози, що дозволить розширити коло можливостей та вирішувати загрози існуючими інструментами.

Як показав конкурентний аналіз – маркетингова діджитал агенція «iParus» Agency не лідує ні по одному з проаналізованих параметрів. Аби бути конкурентоспроможним та обраним клієнтом, як виконавець проекту, треба постійно слідкувати за маневрами конкурентів та бути на крок попереду. Аналізувати їх діяльність, позиції в пошуковиках, кількість ключових слів в ТОП 10 та пропозиції, які вони готові надати потенційному клієнту. І, не покладаючи рук, працювати над покращенням самих себе, роблячи систематичні аналізи

маркетингової діяльності агенції. Досліджуваній діджитал агенції можна перейняти деякі особливості діяльності конкурентів, що дозволить посилити маркетингові активності.

Загалом маркетингова діджитал агенція «iParus» має широку номенклатуру послуг, що включає, зокрема, сайт під ключ, контекстну рекламу, відеорекламу, SMM та ін. Така ширина номенклатури надає агенції гнучкості та більшої адаптивності.

Цінова політика маркетингової діджитал агенції «iParus» є помірною, ціни є середніми порівняно з конкурентами, що є перевагою.

Отримані результати досліджень дозволили встановити такі напрямки подальшого вдосконалення діяльності діджитал агенції «iParus»:

- провести SEO оптимізацію сайту;
- нарощування трафіку;
- обрати «обличчя» агенції; інтесифікувати рекламну діяльність;
- зосередити увагу на благодійності.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бібліометричні показники та показники впливовості досліджень. Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія». URL: <https://library.ukma.edu.ua/korystuvachu/2-uncategorised/363-bibliometrychni-pokaznyku-ta-pokaznyku-vplyvovosti-doslidzhen/>
2. Наукометрична база даних Scopus. URL: <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic#basic>
3. Програма візуалізації даниї Vosviewer. URL: <https://www.vosviewer.com/>
4. Fellay, J., Boubaker, K., Ledergerber, B., Flepp, M., Telenti, A. Prevalence of adverse events associated with potent antiretroviral treatment: Swiss HIV Cohort Study. *Lancet*, 2001, 358(9290), pp. 1322-1327.
5. Nicholls, A.J. Strategic options in fair trade retailing. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 2002, 30(1), pp. 6-17.
6. Khajvand, M., Zolfaghar, K., Ashoori, S., Alizadeh, S. Estimating customer lifetime value based on RFM analysis of customer purchase behavior: Case study. *Procedia Computer Science*, 2011, 3, pp. 57-63.
7. Chen, C.-H., Khoo, L.P., Yan, W. A strategy for acquiring customer requirement patterns using laddering technique and ART2 neural network. *Advanced Engineering Informatics*, 2022, 16(3), pp. 229-240.
8. Gopal Rao, G., Jeanes, A., Osman, M., Aylott, C. Marketing hand hygiene in hospitals – A case study. *Journal of Hospital Infection*, 2002, 50(1), pp. 42-47.
9. Patino, A., Pitta, D.A., Quinones, R. Social media's emerging importance in market research. *Journal of Consumer Marketing*, 2012, 29(3), pp. 233-237.
10. Yue, Y., Wang, H.-D., Hu, B., Li, Y.-G., Yeh, A.G.O. Exploratory calibration of a spatial interaction model using taxi GPS trajectories. *Computers, Environment and Urban Systems*, 2012, 36(2), pp. 140-153.



11. Li, M., Zhu, L., Zhang, Z., Xu, R. Achieving differential privacy of trajectory data publishing in participatory sensing. *Information Sciences*, 2017, 400-401, pp. 1-13.
12. Yang, S., Allenby, G.M., Fennell, G. Modeling variation in brand preference: The roles of objective environment and motivating conditions. *Marketing Science*, 2002, 21(1), pp. 14-31.
13. Hair, E.C., Bennett, M., Sheen, E., Willett, J.G., Vallone, D. Examining perceptions about IQOS heated tobacco product: Consumer studies in Japan and Switzerland. *Tobacco Control*, 2018, 27, pp. s70-s73.
14. Інструмент Google Trends. URL: <https://trends.google.com.ua/trends/?geo=UA>
15. Розробка діаграм та графіків. URL: <https://www.canva.com/>
16. Балацький Є.О., Бондаренко А.Ф. Маркетинг : навчальний посібник / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015.397 с.
17. SWOT аналіз. URL: <https://blog.agrokebety.com/swot-analiz-osobystosti>
18. Офіційний сайт діджитал агенції «iPapus». URL: <https://iPapus.com.ua/>
19. Про агенцію «iPapus». URL: <https://iPapus.com.ua/about-us/>
20. Офіційний сайт агенції Red Chameleon. URL: <https://redchameleon.com.ua/>
21. Офіційний сайт агенції Ideadigital. URL: <https://ideadigital.agency/>
22. Аналіз конкурентів як частина продукту digital медіа стратегії. MixDigital Team. 2021. URL: <https://mixdigital.com.ua/blog/analiz-konkurentiv-yak-chastina-produktu-digital-media-strategii/>
23. Як зробити конкурентний аналіз компанії та оцінити своє місце на ринку. 2020. URL: <https://bakertilly.ua/news/id47643>
24. Офіційний сайт Semrush. URL: <https://www.semrush.com/projects/>
25. Прайс лист агенії «iPapus» URL: <https://iPapus.com.ua/price/>
26. Інстаграм сторінка агенії «iPapus» URL: [https://www.instagram.com/iPapus\\_agency/](https://www.instagram.com/iPapus_agency/)

27. Pimonenko, T., & Lyulyov, O. Green Investment Marketing Strategy: main parameters and features. *Herald of TNEU*, 2019(1), pp. 177-185.

28. Росохата А.С. Трендвотчінг як напрямок прогнозування інноваційного розвитку промислового підприємства з виробництва машин та устаткування. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 33(1076), С. 62-75.

29. Khanlarov, E., Chyhryn, O. Y., & Liulov, O. V. Marketing and management strategies for enhancing green competitiveness. *Economic and Social Development : 55th International Scientific Conference on Economic and Social Development Development*, 2020, Ваку, 18-19 June 2020, pp. 884-893

30. Мельник, Ю.М., Сагер, Л.Ю., Черкас, І.Ю. Трансформація маркетингових комунікацій: нетрадиційні види. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2016, 2, С. 164-168.

31. Сигида Л.О., Сагер Л.Ю., Летуновська Н.Є. Формування стратегії випереджального інноваційного розвитку в умовах індустрії 4.0. *Економічний аналіз*, 2019, Том 29, № 2, С. 53-61. 10.35774/econa2019.02.053).

32. Teletov A., Letunovska N., Lazorenko V. Innovations in Online Advertising Management of Ukrainian Business Entities. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 2020, 9, pp. 272-279. 10.30534/ijatcse/2020/4091.22020.

33. Росохата А.С. Аналіз теоретичних основ наукового прогнозування на засадах маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2012. №2. С. 99-111.

34. Minchenko, M., Artyukhova, N., Zdoima, A. Effective models for promoting goods through social networks / *Innovation, Social and Economic Challenges : the International Scientific Online Conference* (Sumy, December 1-3, 2020), 2020, pp. 45-48.

35. Minchenko, M., Bezruk, A., Gerasimenko, D. Ukrainian silicon valley: utopia or reality / *Innovation, Social and Economic Challenges : the International Scientific Online Conference* (Sumy, December 1-3, 2020), 2020, pp. 63-66

36. Minchenko, M., Ivanov O. Application of content marketing in the formation of marketing strategy of territorial communities / *Innovation, Social and Economic Challenges : the International Scientific Online Conference* (Sumy, December 1-3, 2020), 2020, pp. 35-38

37. Росохата А.С. Трендвотчинговий аналіз як основа формування брендів. *Тези IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Маркетинг у третьому тисячолітті»*. Донецьк. ТОВ «Цифрова поліграфія», 2011, С.118-119.

38. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. та ін. Маркетинг у цифровому середовищі: посібник / за ред. Летуновської Н. Є., Хоменко Л. М. Суми: СумДУ, 2021. 259 с.

39. Rosokhata, A., Chykalova, A. Marketing activities features for different classification types of business structures. *Socio-Economic Challenges : Proceedings of the International Scientific and and and Practical Conference*, Sumy, November 3-4, 2020 / edited by Prof., Dr. Vasilyeva Tetyana. – Sumy : Sumy State University, 2020, pp. 317-322

## **ДОДАТКИ**

Прайс лист маркетингової агенції «iParus»

ПОСЛУГА	ЦІНА (\$)	ТЕРМІН (днів)	ПРИКЛАД
<b>КОМПЛЕКС РОБІТ</b>			
SEO МІНІ	500	30	за запитом
SEO ОПТИМА	1000	30	за запитом
SEO МАКСІ	2000	30	за запитом
<b>АУДИТИ та ТЗ</b>			
SEO Аудит сайту	480	21	за запитом
SEO Аудит в формі технічного завдання	480	21	за запитом
SEO Аудит юзабіліті	270	14	за запитом
SEO Аудит мобільної версії	270	10	за запитом
SEO Міні аудит	120	5	за запитом
<b>АНАЛІЗ МАСИ ЗОВНІШНІХ ПОСИЛАНЬ</b>			
Повний аналіз маси зовнішніх посилань в цілому по сайту (без типів посилань)	52	3	за запитом
Скорочений аналіз маси зовнішніх посилань в цілому по сайту (без типів посилань)	16	2	за запитом
Повний аналіз маси зовнішніх посилань в цілому по сайту (з типами посилань)	210	5	за запитом
Повний аналіз маси зовнішніх посилань для 1 внутрішньої сторінки сайту (з типами посилань)	15	1	за запитом
Повний аналіз маси зовнішніх посилань для головної сторінки сайту (з типами посилань)	210	5	за запитом
Парсинг інформації про швидкість завантаження та мобайл френдлі сайту, та порівняння з конкурентами з ТОП 5, рекомендації щодо виправлень для утримання найкращих показників серед усіх	14		за запитом
Аналіз ТОПу (повне технічне завдання на копірайтинг), за 1 сторінку	10		за запитом
Аналіз ТОПу (технічне завдання щодо наповнення сайту: блоки, відео, відгуки та інше на головну та внутрішню сторінки)	15		за запитом
Підбір теми майбутньої статті та проведення повного аналізу (надання технічного завдання), 1 стаття	12		за запитом
SEO Технічне завдання (якщо зробили аудит)	200	7	за запитом
SEO Технічне завдання на розробку нового сайту	325	15	за запитом
Технічне завдання на розробку нового сайту	525	7	за запитом
Комплексне технічне завдання на розробку нового сайту з урахуванням аспектів/вимог щодо SEO	800	15	за запитом
Сканування сайту щодо помилок	70		за запитом
Маркетинговий аналіз ніші	1000	15	за запитом
Аналіз ємності ринку	900	15	за запитом

UX дослідження	300	за запитом
Докладний аналіз структури сайту в порівнянні з конкурентами	50	за запитом
Моніторинг доступності сайту	15	за запитом
<b>ЗОВНІШНІ РОЗМІЩЕННЯ (ПОСИЛАННЯ, ВІДГУКИ І Т.Д.)</b>		
Форуми, розміщення 1 рекламної публікації з посиланням	3	за запитом
Форуми, розміщення 1 рекламної публікації з нативною рекламою (телефон, адреса, назва компанії тощо, але без посилання)	3	за запитом
Форуми, розміщення 1 рекламної публікації для прокачування облікового запису (підвищення довіри користувачів)	1	за запитом
Реєстрація акаунту	10	за запитом
Разове розміщення трасових PR статей, за розміщення 1 статті без урахування вартості оплати самого розміщення власнику майданчика (тільки робота, яка включає відбір донорів за тематикою, перевірку по всіх біржах та безпосередньо, де буде дешевша, відбір кращих варіантів за ціною та якістю, відбір незаспамлених) майданчиків, з наявністю трафіку, перевірка, щоб не було розміщення на майданчику, аналіз семантики та відбір ключових фраз, за якими потрібна дотяжка за рахунок маси посилань, аналіз вимог розміщення на майданчику - обсяг тексту, кількість фото, можливість заповнити мета теги, підготовка матеріалів , розміщення та контроль розміщення)	24	за запитом
Збір бази, де мають посилання конкуренти (збір сайтів-донорів)	60	за запитом
Пропрацювання сайтів-донорів/бази конкурентів (аналіз посилань конкурентів, відбір якісних донорів з трасту та трафіку, аналіз на предмет можливості розміщення, аналіз типу розміщення), 1шт	10	за запитом
Розміщення посилання на майданчику типу дошки оголошень, прес-релізи, каталог, рейтинг, портал, 1 шт	3	за запитом
Розміщення посилання у профілі користувача, 1 шт	3	за запитом
Роботи для отримання посилання з Вікіпедії (за наявності на сайті статейного розділу ,та відповідних за тематикою статей), 1 шт	30	за запитом
Розміщення на сайтах вакансії, 1 шт	3	за запитом
Розміщення на сайтах з відгуками, 1 шт	3	за запитом
Первинна перевірка та реєстрація на Google Maps 1 шт	25	за запитом
Щомісячний моніторинг коректності даних на Google Maps та внесення корективів (при необхідності)	3	за запитом
Щомісячний контроль рейтингу на Google Maps	1,5	за запитом
Розміщення відгуків про компанію (картографічні сервіси типу Google Maps), 1 шт	25	за запитом
Розміщення відгуків про компанію (відгуки, портали, де є можливість залишити відгук і т.д.), 1 шт	5	за запитом
Управління репутацією та моніторинг зовнішніх робіт конкурентів, 1 перевірка	10	за запитом
Коментарі під статтею, постом, відео тощо, 1 шт	5	за запитом

Прокачування облікового запису для успішної модерації відгуку/коментарю	1,5	за запитом
Розміщення посилання у коментарі або у пості в соц.мережі, 1 шт. Ціна від	15	за запитом
Знаходження та відхилення неякісних посилань через Disavow Tool, 1 перевірка	13	за запитом
Первинна перевірка та проведення робіт з індексації сайтів, 1 перевірка	15	за запитом
Моніторинг індексації сайту, 1 перевірка	5	за запитом
Контроль Google Search Console, 1 перевірка	15	за запитом

### ТЕКСТИ

Тексти українською/російською, за 1000 символів без відступів		за запитом
Ціна включає підготовку унікального тексту з урахуванням вимог пошукових систем відповідно до технічного завдання на підставі аналізу конкурентів, які займають позиції в ТОП 5 пошукової видачі; з урахуванням вимог брифу; із дотриманням основних нормативних параметрів; редакторську перевірку тексту	12	
Тексти українською/російською (вузькоспеціалізовані), за 1000 символів без відступів		за запитом
Ціна включає підготовку унікального тексту з урахуванням вимог пошукових систем відповідно до технічного завдання на підставі аналізу конкурентів, які займають позиції в ТОП 5 пошукової видачі; з урахуванням вимог брифу; із дотриманням основних нормативних параметрів; редакторську перевірку тексту	18	
Переклад текстів (на англ), за 1000 символів без відступів	12	за запитом
Тексти англійською, за 1000 символів без відступів		за запитом
Ціна включає підготовку унікального тексту з урахуванням вимог пошукових систем відповідно до технічного завдання на підставі аналізу конкурентів, які займають позиції в ТОП 5 пошукової видачі; з урахуванням вимог брифу; із дотриманням основних нормативних параметрів; редакторську перевірку тексту	32	
Перевірка текстів українською/російською мовою від Замовника або на сторінках сайту, за 1000 символів без пробілів	2,5	за запитом
Перевірка текстів англійською від Замовника або на сторінках сайту, за 1000 символів без пробілів	4	за запитом
Тексти українською/російською (генерація для зовнішніх розміщень, ЕКОНОМ ВАРІАНТ), за 500 символів без відступів	3	за запитом
Тексти українською/російською (генерація для зовнішніх розміщень, ЕКОНОМ ВАРІАНТ), за 1000 символів без відступів	6	за запитом
Тексти українською/російською (генерація для зовнішніх розміщень, ЕКОНОМ ВАРІАНТ), за 2500 символів без відступів	15	за запитом
Текстовий контент українською/російською мовою під ключ для ЛЕНДІНГУ, по блоках, (до 10 блоків, до 9000 символів без відступів)	150	за запитом
Текстовий контент англійською мовою під ключ для ЛЕНДІНГУ, за блоками, (до 10 блоків, до 9000 символів без відступів)	300	за запитом

### КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Розміщення тексту із зображеннями/відео на сторінку (через візуальний	8	за запитом
---	---	------------

редактор або html код, ціна включає оформлення h1/h2/h3 заголовків, нумеровані, нумеровані списки, абзаци, відступи, додавання картинок та відео, заздалегідь підготовлених) – з СТВОРЕННЯМ СТОРІНКИ		за запитом
Розміщення тексту на сторінку (через візуальний редактор або html код, ціна включає оформлення h1/h2/h3 заголовків, нумеровані, нумеровані списки, абзаци, відступи) - З СТВОРЕННЯМ СТОРІНКИ	7	за запитом
Розміщення тексту із зображеннями/відео на сторінку (через візуальний редактор або html код, ціна включає оформлення h1/h2/h3 заголовків, нумеровані, нумеровані списки, абзаци, відступи, додавання картинок та відео, заздалегідь підготовлених). НА ЗАЗДАЛЕГІТЬ СТВОРЕНУ СТОРІНКУ	5	за запитом
Розміщення тексту на сторінку (через візуальний редактор або html-код, ціна включає оформлення h1/h2/h3 заголовків, нумеровані, нумеровані списки, абзаци, відступи)- НА ЗАЗДАЛЕГІТЬ СТВОРЕНУ СТОРІНКУ	4	за запитом
Створення сторінки, 1 ш	1	за запитом
Створення сторінки з прив'язкою товару та наповненням блоками, 1 шт	3,5	за запитом
Оптимізація сторінки товару (розміщення фото, опис, характеристики, ціни), 1 шт	2,7	за запитом
Додавання зображення до сторінки, 1 шт	1,3	за запитом
Коригування текстів за технічним завданням (зменшення символів), за 1000 символів без відступів	3	за запитом
Коригування текстів за технічним завданням (видалення зі сторінки)	1,3	за запитом
Коригування текстів за ТЗ (коригування ключових фраз)	1,3	за запитом
Коригування мета-тегів за технічним завданням (коригування ключових фраз)	1,3	за запитом
Пропрацювання поточних статей сайту на питання внутрішнього перелікування (перевірка наявності посилань у текстах статейного розділу), 1 стаття	6	за запитом
Перевірка та надання рекомендацій щодо змін мета-тегів сторінок (ціна включає оптимізацію title/description/h1/h2/alt, title, назва файлів зображень), 1 сторінка	3	за запитом
Додавання окремо до сторінки відсутнього тега (h1 або h2 або title або description)	3	за запитом
<b>ІНШІ РОБОТИ</b>		
Семантичне ядро, за 1000 ключових фраз	65	за запитом
Розробка структури сайту	100	за запитом
Консультація, 30 хвилин	65	за запитом
Консультація технічного спеціаліста, 1 година	27	за запитом
Сканування сайту щодо помилок	10	за запитом
Реалізація пунктів технічного завдання, робота технічного спеціаліста, 1 год.	17	за запитом



Робота веб-аналітика, 1 година	20	за запитом
Підготовка повного звіту з робіт за місяць	15	за запитом
Налаштування хостингу, виділеного сервера, VSD, VPS	107	за запитом
Комплекс робіт з інтеграції CRM Бітрікс24	1020	за запитом

## АНАЛІЗ МЕТРИКИ

### Міні-аналіз:

1. Структура джерел трафіку.		за запитом
2. Динаміка джерел трафіку, якими ми співпрацюємо, у період співробітництва.		
3. Порівняння трафіку за період співпраці з аналогічним періодом минулого року або з аналогічним (за кількістю днів) періодом, що передує початку співробітництва.	20	
4. Короткий висновок динаміки.		

### Стандартний аналіз:

1. Аналіз структури джерел трафіку.		за запитом
2. Динаміка джерел трафіку, за якими ми співпрацюємо, за останній місяць.		
3. Порівняння джерел трафіку, за якими ми співпрацюємо, з аналогічним періодом минулого року.		
4. Динаміка джерел трафіку, за якими ми співпрацюємо, за період співпраці.		
5. Порівняння джерел трафіку за період співпраці з періодом до початку співпраці з аналогічним (за кількістю днів) періодом до початку співпраці.	40	
6. Аналіз поведінкових чинників у порівнянні періодів (п.3, п.5.).		
7. Аналіз кількості та динаміки конверсії із джерел трафіку, за якими ми співпрацюємо, за період співпраці.		
8. Висновки та рекомендації.		

### Пошук помилок та надання рекомендацій щодо їх виправлення:

1. Аналіз структури джерел трафіку.		за запитом
2. Динаміка джерел трафіку, якими ми співпрацюємо, за останній місяць.		
3. Порівняння джерел трафіку, за якими ми співпрацюємо, за останній місяць із аналогічним періодом минулого року.		
4. Динаміка джерел трафіку, за якими ми співпрацюємо, протягом період співпраці.	100	
5. Аналіз кількості та динаміки конверсії із джерел трафіку, за якими ми співпрацюємо, за період співпраці.		
6. Аналіз поведінкових чинників у порівнянні періодів.		
7. Висновок зі звітів (п. 1-6).		

8. Аналіз сеансів по Вебвізору (пошук та фіксація проблем/помилки).

9. Аналіз карти скролінгу (пошук та фіксація проблем/помилки).

10. Аналіз картки посилань (пошук та фіксація проблем/помилки).

11. Аналіз картки кліків (пошук та фіксація проблем/помилки).

12. Аналітика форм (пошук та фіксація проблем/помилки).

13. Надання рекомендацій щодо їх виправлення

#### ПРОГРАМУВАННЯ І ВЕРСТКА

WORDPRESS, 1 година	22		за запитом
БІТРИКС, 1 година	36		за запитом
OPENCART, 1 година	22		за запитом
MODX, 1 година	30		за запитом
Joomla, 1 година	30		за запитом
DRUPAL, 1 година	30		за запитом
БЕЗ CMS, самопис, ціна може відрізнятися в залежності від мови програмування та framework, 1 година (від)	50		за запитом
HTML верстка, 1 година	17		за запитом

#### РОЗРОБКА

Інфографіка, ціна від	170	від 1	за запитом
Розробка логотипу та фірмового стилю компанії. План " <a href="#">Малювання</a> ", ціна від			за запитом
1. Векторне малювання логотипу з підбором схожого шрифту 2. Доопрацювання логотипу 3. Проекція логотипу на поверхні	170	від 2	
Розробка логотипу та фірмового стилю компанії. План " <a href="#">Своя ідея</a> ", ціна від			за запитом
1. Промовляємо варіанти образів, що виражають ідею; 2. Векторне малювання обраної концепції з підбором шрифту; 3. Доопрацювання логотипу; 4. Проекція логотипу на поверхні.	400	від 3	
Розробка логотипу та фірмового стилю компанії. План " <a href="#">Логотип</a> ", ціна від			за запитом
1. На основі заповненого брифу та бесіди створюємо концепцію; 2. Виражаємо концепцію графічно; 3. Створюємо різні компоненти логотипу; 4. Розробляємо макети візитки, бланка та фону; 5. Створюємо проекцію логотипу на поверхні.	680	від 5	
Розробка логотипу та фірмового стилю компанії. План " <a href="#">Бренд</a> ", ціна від			за запитом
1. з урахуванням заповненого брифу створюємо концепцію; 2. висловлюємо концепцію графічно; 3. створюємо різні компоненти логотипу; 4. розробляємо ключові правила використання логотипу та правила побудови; 5. розробляємо обґрунтування та ідеологію, що пов'язують компанію та логотип; 6. створюємо проекцію логотипу на різних поверхнях;	1000	від 7	

7. робимо анімацію логотипу;  
8. розробляємо представницькі прототипи.

Дизайн сайту, 1 день роботи дизайнера, ціна від	136	1	за запитом
---	-----	---	------------

#### ГРАФІКА

Створення унікальної картинки	5		за запитом
Створення НЕ унікальної картинки	1		за запитом
Перевірка унікальності зображення	0,5		за запитом
Створення банера або шаблону для соц. мереж	17		за запитом
Робота у шаблоні для соц. мереж, унікальна картинка + текст	6		за запитом
Корекція кольору, обрізка, ретуш фото	5		за запитом
Створення банера для реклами в Google	32		за запитом
Створення відео-креативу	37		за запитом
Створення статичного відео	17		за запитом

#### САЙТ ПІД КЛЮЧ

Сайт під ключ, унікальний дизайн, Wordpress, магазин, ціна від	2200	45	за запитом
Сайт під ключ, унікальний дизайн, Wordpress, сайт послуг (корпоративний), ціна від	1630	45	за запитом
Сайт під ключ, унікальний дизайн, Wordpress, лендинг, ціна від	870	20	за запитом
Сайт під ключ, унікальний дизайн, OpenCart, магазин, ціна від	6500	80	за запитом
Сайт під ключ, унікальний дизайн, Бітрікс, магазин, ціна від	6500	80	за запитом
Сайт під ключ, унікальний дизайн, Бітрікс, сайт послуг (корпоративний), ціна від	3250	60	за запитом
Сайт під ключ, покупка ліцензійної теми готового дизайну, Wordpress, магазин, ціна від	1400	40	за запитом
Сайт під ключ, покупка ліцензійної теми готового дизайну, Wordpress, сайт послуг (корпоративний), ціна від	1100	30	за запитом
Сайт під ключ, покупка ліцензійної теми готового дизайну, Wordpress, лендинг, ціна від	550	20	за запитом
Сайт під ключ, покупка ліцензійної теми готового дизайну, OpenCart, магазин, ціна від	1750	40	за запитом
Сайт під ключ, покупка ліцензійної теми готового дизайну, Бітрікс, магазин, ціна від	1980	45	за запитом
Сайт під ключ, покупка ліцензійної теми готового дизайну, Бітрікс, сайт послуг (корпоративний), ціна від	1400	35	за запитом

#### КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА GOOGLE ADS

##### Для інтернет-магазинів

Google Ads, тариф БАЗОВИЙ	560	30	за запитом
Google Ads, тариф СТАНДАРТ	870	30	за запитом

Google Ads, тариф ПРЕМІУМ	1400	30	за запитом
Ведення в 1 рекламній системі Google Ads, за місяць, тариф БАЗОВИЙ	350	30	за запитом
Ведення в 1 рекламній системі Google Ads, за місяць, тариф СТАНДАРТ	520	30	за запитом
Ведення в 1 рекламній системі Google Ads, за місяць, тариф ПРЕМІУМ	830	30	за запитом

#### Для всіх типів сайтів, крім інтернет-магазинів

Google Ads, тариф БАЗОВИЙ	290	30	за запитом
Google Ads, тариф ПРЕМІУМ	480	30	за запитом
Ведення в 1-й рекламній системі, Google Ads, за місяць, тариф БАЗОВИЙ	170	30	за запитом
Ведення в 1-й рекламній системі, Google Ads, за місяць, тариф ПРЕМІУМ	340	30	за запитом
Аудит рекламного акаунту (до 5 послуг/товарів)	120		за запитом
Аудит рекламного акаунту (до 20 послуг/товарів)	290		за запитом
Налаштування чату з автоматичними привітаннями	110	5	за запитом
Інтеграція CRM системи у Ваш бізнес + налаштування наскрізної аналітики + колтрекінг - ціна договірна	-		за запитом
Налаштування наскрізної аналітики + колтрекінг	350		за запитом
Підключення та налаштування вбудованої хмарної АТС та колтрекінгу на сайті	175		за запитом
Налаштування електронної торгівлі на Google (робота програміста оплачується додатково)	290		за запитом
Оптимізація коефіцієнта конверсії, ціна від	550		за запитом

#### Відеореклама

Відеореклама, тариф БАЗОВИЙ (10 днів налаштування, 20 днів ведення)	210	30	за запитом
Відеореклама, тариф ПРЕМІУМ (10 днів налаштування, 20 днів ведення)	350	30	за запитом
Ведення, тариф БАЗОВИЙ	210	30	за запитом
Ведення, тариф ПРЕМІУМ	350	30	за запитом

#### SMM І ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА В СОЦ.МЕРЕЖАХ

SMM, тариф БАЗОВИЙ (Instagram або Facebook), ведення 1 місяць	320	30	за запитом
SMM, тариф СТАНДАРТ (Instagram або Facebook), ведення 1 місяць	420	30	за запитом
SMM, тариф ПРЕМІУМ (Instagram або Facebook), ведення 1 місяць	550	30	за запитом
Таргетована реклама, тариф СТАНДАРТ (Instagram або Facebook), ведення 1 місяць	380	30	за запитом
Таргетована реклама, тариф ПРЕМІУМ (Instagram або Facebook), ведення 1 місяць	510	30	за запитом
Створення та оформлення сторінки в соціальній мережі (Фейсбук, Інстаграм, Youtube), 1 шт	95	5	за запитом

Картинки для сторінок зі стоків, 1 шт	3	за запитом
Аудит (Інстаграм, Фейсбук) акаунта	100	за запитом
Аудит націлення	50	за запитом

#### НАКРУТКА

Лайки на відео YouTube, 10000 лайків	170	30	за запитом
Дизлайки на відео YouTube, 2000 дизлайків	170	30	за запитом
Підписники на канал YouTube, 1500 передплатників Youtube	170	30	за запитом
Накрутка, 70000 переглядів	170	30	за запитом
Реальні перегляди зацікавлених людей через рекламу НАПРИКЛАД 170 \$ = 10 000 переглядів (рекламний бюджет) + 450 \$ за місяць вартість роботи (в рамках 1 місяця можна робити рекламу на будь-яку кількість переглядів, все залежить від рекламного бюджету).	170	30	за запитом

## УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ

## ТЕХПІДТРИМКА САЙТУ

### ПОСЛУГА ПРОПРАЦЮВАНЬ ВІДГУКІВ TRUSTPILOT ВКЛЮЧАЄ:

1. Налаштування запрошень.
2. Реєстрацію облікових записів.
3. Написання унікальних відгуків та проставлення рейтингу.
4. Утримання природного терміну опрацювання.
5. Підтвердження відгуків при запиті Trustpilot та необхідності (чеки та інше надаються клієнтом, щоб уникнути підозр від Trustpilot)
6. Проходження додаткової модерації, надання додаткових даних адміністрації за необхідності.

**ВАРТІСТЬ РОБОТИ 300\$ за 10 відгуків, мінімальне замовлення 10 відгуків, максимальний - не обмежений (можна відштовхуватися від обсягу конкурентів).**

**ТЕРМІН РЕАЛІЗАЦІЇ від 14 до 30 днів, залежно від того, який період хочете розтягнути. Чим більший термін, тим менше шансів викликати підозри.**

**Є VIP ТАРИФ З ІНДИВІДУАЛЬНИМ ПІДХОДОМ ПРИ ЗАМОВЛЕННІ ПОСЛУГ ВИЩЕ МАКСИМАЛЬНО ВКАЗАНОВОГО ТАРИФУ В ПРАЙСІ, ОСОБЛИВІ УМОВИ ОБСЛУГОВУВАННЯ.**

**ЯКЩО ДЛЯ ВАС ЗАНАДТО ДОРОГО, Є МОЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМ ПАКЕТУ З НАЙВИГОДНІШОЮ ЦІНОЮ НА РИНКУ**