

інформацію в найбільш відповідний момент. Використовуючи ці інновації, розробники можуть відкривати нові перспективи та підвищувати ефективність своїх зусиль у сфері персоналізації [4].

Висновки. Отже, майбутнє персоналізації вебконтенту нерозривно пов'язане з прогресом у розробці штучного інтелекту та машинного навчання. Ці потужні технології можуть кардинально змінити спосіб, яким створюється та пропонується персоналізований досвід для клієнтів, підвищуючи рівень їхнього залучення, лояльності та конверсії.

Розуміння впливу штучного інтелекту та машинного навчання на персоналізацію, а також використання останніх розробок і практичних порад дає змогу маркетологам використовувати потужність цих інструментів і виходити вперед конкурентів.

У контексті неперервного розвитку цифрового ландшафту персоналізація, заснована на штучному інтелекті, стане визначальним елементом для збереження актуальності та укріплення значимих зв'язків з аудиторією. Не варто гаяти часу, треба поглиблюватися у світ штучного інтелекту та машинного навчання вже сьогодні і розкривати безмежні можливості, що надає наука.

Abstract. Modern web content demands maximum personalization, a task addressed by web developers using Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning (ML). AI enables computers to perform tasks characteristic of human intelligence, while ML allows systems to learn and improve results without explicit programming. AI-driven personalization involves adapting content to individual interests, enhancing positive user experiences. Platforms based on AI, including natural language generation, enable developers to scale personalized content creation. Personalization, facilitated by advanced technologies, transforms user interaction from generic to individualized experiences. The future of web content personalization relies on advancements in AI and ML, opening new possibilities for improved user engagement, loyalty, and conversion. The utilization of AI and ML already presents broad prospects for personalized web content.

Keywords: personalization, web content, artificial intelligence, machine learning, web developers.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. RankTracker: Майбутнє персоналізації: Як штучний інтелект і машинне навчання трансформують цифровий маркетинг. URL: <https://alternativescience.net/programming/242-sql-chy-nosql-os-v-chomu-pytannya/> (дата звернення 27.02.2024).
2. RankTracker: Чому маркетологи покладаються на машинне навчання при створенні рекламних кампаній? URL: <https://dou.ua/lenta/articles/types-of-databases/> (дата звернення 27.02.2024).
3. Incrypted: Що таке машинне навчання? Усе, що вам потрібно знати: Що таке SQL. URL: https://uk.myservername.com/sql-vs-nosql-exact-differences#What_is_SQL (дата звернення 27.02.2024).
4. Спека: Як персоналізація врятує ваш контент. URL: <https://www.mongodb.com/nosql-explained/nosql-vs-sql> (дата звернення 27.02.2024).
5. Зелінська О. В., Колосова К. К. Огляд методів UX-досліджень під час створення IT-продуктів. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2022. Вип. 14, т. 1. С. 267–270. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/12827> (дата звернення 27.02.2024).

УДК 004.774:005.336.1]:658.114

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВЕДЕННЯ ВЕБСТОРИНОК ДЛЯ БІЗНЕСУ

Я. В. Мишківська, Т. В. Січко

Анотація. Досліджено ефективність ведення вебсторінок для бізнесу. Застосовано методи аналізу вебаналітики та вимірювання результатів рекламних кампаній. Результати дають змогу визначити ключові фактори успішності та рекомендації для оптимізації.

Ключові слова: вебсторінка, ефективність, бізнес, реклама.

Вступ. У сучасному бізнес-середовищі, коли онлайн-присутність є необхідністю, ефективність вебсторінок для бізнесу визначається не лише їх зовнішнім виглядом, але й здатністю досягати конкретних бізнес-цілей. Якісні вебсторінки є ключовим інструментом для просування продуктів та послуг, залучення партнерів і користувачів, що безпосередньо впливає на успішність бізнесу.

Різноманітні методи оцінки продуктивності вебсайтів були предметом численних наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій та прикладних соціально-комунікаційних технологій [1]. Вчені досліджували засоби визначення різних аспектів зручності використання вебсайта за допомогою тестування сприйняття його особливостей [2]. Вони аналізували фактори, що сприяють оптимізації конверсії вебсайта, зосереджуючись на ключових аспектах, необхідних для ефективного функціонування. Також вони досліджували якість інформаційного наповнення вебсайтів [3].

Виклад основного матеріалу. Дослідження присвячено вивченню ключових аспектів ефективності вебсторінок через застосування методів аналізу вебаналітики та вимірювання результатів рекламних кампаній. Результати дослідження дають змогу визначити фактори успішності та надати рекомендації для оптимізації вебпростору під бізнес-потреби.

У контексті сучасного бізнес-середовища вебсторінки визначаються як важливий інструмент для успішної взаємодії з аудиторією та спілкування з потенційними клієнтами. Розглянемо деякі з ключових переваг якісного бізнес-сайта:

- перше враження. Важливість першого враження від вебсайта неможливо переоцінити. Клієнти можуть скласти думку про компанію за лічені секунди після відвідування її вебсайта. Добре продуманий і естетично привабливий вебдизайн справляє враження і приносить новий рівень довіри до професіоналізму бізнесу;

- вплив на користувачів. Якісний вебдизайн має безпосередній вплив на взаємодію користувача з вебсторінкою. Простота навігації, зрозумілість інформації та зручність для користувача забезпечують позитивний користувацький досвід. Якщо користувачі легко знаходять необхідну інформацію та відчують комфорт під час використання сайта, ймовірність того, що вони оберуть товар чи послугу, значно зростає;

- конверсія. Вебсайт є важливим інструментом для підвищення конверсії. Якщо відвідувачі легко розуміють, як взаємодіяти з сайтом і виконати бажану дію (купівлю, реєстрацію тощо), взаємодія буде ефективнішою та допоможе досягти бізнес-цілей. Підкреслимо, що ефективний вебсайт є невід'ємною частиною успішної бізнес-стратегії, допомагаючи підвищити довіру клієнтів і забезпечуючи стабільний потік конверсій.

Розглядаючи ефективність вебсторінок, важливо з'ясувати різні способи їх створення. Наприклад, створення вебсайта є необхідним завданням для досягнення бізнес-цілей. Існує кілька підходів до цього процесу, включно з використанням конструктора сайтів, системи управління контентом або програмування за допомогою мови програмування. Найпростіший спосіб створити сайт – це використати конструктор сайтів [4]. Цей інструмент дає змогу створити власний вебресурс без глибоких знань програмування. Для тих, хто шукає швидке та просте рішення, використання конструктора сайтів може бути оптимальним вибором. Конструктор спрощує процес створення та допомагає швидко вийти в інтернет-простір, привертаючи увагу аудиторії.

Вебпростір постійно еволюціонує, вимагаючи від бізнесу адаптування до різноманітних пристроїв та екранних розмірів. Адаптивний дизайн – це не просто тренд, а важливий стратегічний елемент сучасного веброзвитку [5]. Розглянемо ключові аспекти адаптивного дизайну та користувацької зручності, які визначають ефективність вебсторінки для бізнесу:

- необхідність адаптивності. Важливість адаптивності вебсторінки залежить від різних пристроїв, які використовують користувачі – від настільних комп'ютерів і ноутбуків до смартфонів і планшетів. Адаптивний дизайн необхідний для того, щоб контент оптимально відображався на будь-якому пристрої, залучаючи аудиторію та забезпечуючи зручність користування;

- користувацька зручність. Пріоритетність користувацької зручності є ключовим елементом створення якісної вебсторінки. Зрозуміла навігація, легкий доступ до важливої інформації та мінімальні зусилля для досягнення конкретних цілей створюють приємний та ефективний досвід користування сайтом для відвідувачів;

- вплив на задоволеність клієнтів. Адаптивний дизайн і зручність позитивно впливають на загальну задоволеність клієнтів. Легкий доступ до інформації, швидкий пошук і комфортний перегляд контенту створюють позитивний досвід взаємодії з брендом, що впливає на лояльність і повторні купівлі.

Вдосконалення вебсторінки через адаптивний дизайн і фокус на користувацькій зручності стає стратегічним підходом для підвищення конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасної онлайн-аудиторії.

Читабельність вебсторінки та її вплив на ведення бізнесу залежать від двох ключових факторів – якісного контенту та пошукової оптимізації (SEO). Взаємодія цих елементів є стратегічним рішенням для досягнення успіху в онлайн-середовищі та визначення бренду. Якісний контент – це не лише джерело інформації, але й засіб створення емоційного зв'язку з аудиторією. Контент повинен бути не тільки інформативним, але й цікавим, викликати у відвідувачів бажання дізнатися більше.

Оригінальність та актуальність контенту визначає бренд як експертне та достовірне джерело інформації. Забезпечення логічної організації, читабельності та використання мультимедіа (зображень, відео) робить контент цікавим і легким для сприйняття. Кожен текст, кожен елемент контенту повинен сприяти створенню позитивного враження про бренд і його унікальний стиль.

Розглянемо поняття SEO. Це вдосконалення сайту для пошукових систем та користувачів, що відбувається шляхом проведення заходів із внутрішньої (все, що стосується сторінок сайту) та зовнішньої (підвищення авторитету для пошукової системи) оптимізації [6]. Потрапляючи на перші позиції в результатах пошуку, контент може бути легко доступний для користувачів, які активно використовують інтернет для пошуку інформації. Основні принципи SEO включають стратегічне використання ключових слів, створення якісних посилань, технічну оптимізацію та врахування соціальних сигналів. Ця гармонійна взаємодія між якісним вмістом та SEO визначає стратегічний підхід до успішної віртуальної присутності. Спрямованість на аудиторію, розбудова авторитету та максимізація видимості – це ключові аспекти, що стають фундаментом вашого бренду в онлайн-середовищі. Нижче наведені метрики, які допомагають оцінити різні аспекти ефективності вебсторінки та рекламних кампаній.

Таблиця 1

Метрики ефективності вебсторінки для бізнесу

Метрика	Пояснення	Наслідок
Унікальні відвідувачі	Кількість унікальних користувачів, які відвідали вебсторінку за певний період часу	Показує рівень зацікавленості та привабливості контенту для нових відвідувачів
Кількість переглядів сторінок	Загальна кількість переглядів сторінок вебсайта за певний період часу	Вказує загальну кількість активності користувачів та їхню взаємодію з контентом
Середній час перебування на сторінці	Час перебування на сайті. Середній час, який користувач проводить на сайті за одне відвідування	Тривалий середній час перебування на сайті може свідчити про залученість, але також може вказувати на проблеми з юзабіліті або стабільністю
Конверсійна сторінка	Відсоток відвідувачів, які виконали бажану дію, наприклад, купівлю або реєстрацію	Показує ефективність дизайну та контенту сторінки, а також те, як користувачі відреагували на заклик до дії
ROI	Відношення прибутку до витрат на рекламну кампанію, виражене у відсотках	Може використовуватися для визначення ефективності рекламних витрат та їх впливу на прибуток
CTR (Відсоток кліків)	Відсоток користувачів, які клікнули на рекламу чи посилання	Показує ефективність реклами та зацікавленість аудиторії
Вартість рекламної кампанії	Загальні витрати на рекламу за певний період часу	Визначає, чи варті рекламні витрати, порівняно з отриманими результатами
Середній чек	Показує, скільки витрачає грошей клієнт в середньому на одну покупку	Вказує на середню вартість кожної транзакції та дає змогу спрогнозувати прибутковість

З аналізу метрик ефективності вебсторінки випливає, що успішність віртуальної присутності бізнесу тісно пов'язана з різними аспектами. Якщо кинути всі свої сили на конкретний показник, інший може впасти [7]. Отримані дані можна використовувати найефективніше, відстежуючи зміни в часі, і використовувати як основу для коригування загального плану впровадження та просування вебсайта, а також для перегляду заходів, вжитих у межах розробленої маркетингової програми просування вебсайта.

Для підтримання ефективності вебсторінки та забезпечення стабільного росту бізнесу рекомендується вживати таких заходів:

- оновлення та оптимізація контенту. Регулярне оновлення і оптимізація контенту допомагають зберігати актуальність та приваблювати аудиторію;
- аналіз вебаналітики. Систематичний аналіз показників вебаналітики дає змогу вчасно виявляти слабкі місця та вносити відповідні покращення;
- покращення SEO-стратегії. Забезпечення належної видимості у пошукових системах сприяє залученню нових відвідувачів та підвищенню конверсії;
- забезпечення мобільної доступності. З огляду на зростання користувачів мобільних пристроїв важливо мати адаптивний дизайн для зручного перегляду на різних пристроях;
- оптимізація швидкості завантаження. Швидке завантаження сторінок важливе для забезпечення позитивного користувацького досвіду та уникнення втрати відвідувачів;
- взаємодія з аудиторією. Створення механізмів зворотного зв'язку й активна взаємодія з аудиторією для розуміння її потреб та вподобань;
- забезпечення безпеки. Встановлення необхідних заходів для захисту від несанкціонованого доступу та збереження конфіденційності даних.

Ці кроки допоможуть не лише зберегти ефективність вебсторінки, а й розвивати її відповідно до змін в інтернет-середовищі та потреб користувачів.

Висновки. У дослідженні розглянуто ефективність ведення вебсторінок для бізнесу з використанням вебаналітики та аналізу рекламних кампаній. Застосування ключових метрик дає змогу визначити фактори успішності та розробити рекомендації для оптимізації вебпростору. Віртуальна присутність стає ключовим інструментом у бізнесі, і правильний бізнессайт визначається не лише зовнішнім виглядом, але й досягненням конкретних цілей. Оптимізований контент, адаптивний дизайн та систематичний аналіз є важливими для успіху. З ростом конкуренції та змінами в інтернет-середовищі постійна оптимізація вебпростору стає стратегічним підходом. Ця робота є джерелом для бізнесу та маркетологів, що прагнуть забезпечити ефективну віртуальну присутність та досягти успіху в онлайн-середовищі.

Abstract. The effectiveness of maintaining web pages for business has been studied. The methods of web analytics analysis and measurement of the results of advertising campaigns are applied. The results make it possible to identify key success factors and recommendations for optimization.

Keywords: web page, efficiency, business, advertising.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гаврилов В. П. Оцінка впливу колірного і графічного оформлення контенту сайту на його конверсію. *Системи обробки інформації*. 2020. № 1(160). С. 89–93.
2. Зосімов В., Саченко С. Аналіз якості інформаційного наповнення сайту. *Геометричне моделювання та інформаційні технології*. 2018. № 1(5). С. 58–64.
3. Пашук О. Оцінка ефективності просування продукту на великих торгових майданчиках. *Економіка та суспільство*. 2021. № 29. С. 1–6. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/537/515> (дата звернення: 20.02.2024).
4. Федоренко Є. О., Зелінська О. В. Інструменти розробки онлайн-сервісів. *Прикладні інформаційні технології: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених*. (м. Вінниця, 22 квітня 2022 р.). Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2022. С. 130–132. URL: <https://jait.donnu.edu.ua/article/view/12286>
5. Адаптивний дизайн: інновації та перспективи веб-розробки. URL: <https://bdut.co.ua/pro-nas/adaptyvnyu-dyzaun/> (дата звернення: 15.02.2024).
6. Павленко Ю.С. Пошукова оптимізація, технології та сервіси веб-аналітики: конспект лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2022. 51 с.
7. 5 головних показників ефективності сайту. URL: https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/5-golovnih-pokaznikov-efektivnosti-sajtu#title_6 (дата звернення: 19.02.2024).