

УДК 339.138

JEL Classification L84 L86 M31

Гнилякевич-Проць Ірина ЗіновіївнаORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0998-2333>

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри маркетингу

Зінькова Світлана ВасилівнаORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6491-3445>

аспірантка кафедри маркетингу

Львівський національний університет імені Івана Франка

(Львів, Україна)

АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ CRO-ПОСЛУГ

У статті проведено аналіз українського ринку послуг з оптимізації рівня конверсії вебресурсів. Досліджено ТОП-10 агенцій, які надають CRO-послуги, в тому числі їх унікальні торгові пропозиції та специфіку їхньої діяльності. Проведено поділ CRO-агенцій на 3 категорії, залежно від їхньої спеціалізації. Окреслено знання та навички, якими повинен володіти фрілансер, який планує розвиватися в даному напрямку. Виділено 3 ключові тренди CRO, а саме: персоналізація контенту, наскрізна оптимізація та залучення потенційних замовників таких послуг, використовуючи лід-магніти, що несуть цінність та презентують експертизу CRO-фахівців. Виявлено основні проблеми розвитку CRO-ринку та в цілому оптимізації рівня конверсії. Розроблено практичні рекомендації, як можна розв'язати дані проблеми.

Ключові слова: оптимізація рівня конверсії – CRO (Conversion Rate Optimization), український ринок CRO-послуг, персоналізація контенту, наскрізна оптимізація, конверсійні технології.

DOI: 10.15276/mdt.8.1.2024.3

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями. Фахівці, які займаються просуванням в онлайн-середовищі вебресурсів українського бізнесу, все частіше отримують запит від замовників, не на залучення якомога більшої кількості трафіку, а на проведення комплексу дій з підвищення рівня продажів, перетворенню трафіку на клієнтів, досягненню цільового рівня рентабельності маркетингових інвестицій. Криза призвела до того, що компанії не мають змоги витратити кошти на тестування ефективності рекламних звернень, SEO-технологій та інших методів просування. Їм необхідні конкретні результати та прибутки, а не перспектива на далеке майбутнє.

Ключем для розв'язання цієї проблеми є такий напрямок в інтернет-маркетингу, як оптимізація рівня конверсії (CRO, Conversion Rate Optimization) – комплекс заходів, спрямованих на покращення якості цільових вебсторінок та підвищення ефективності маркетингових заходів, з метою отримати більше потенційних та реальних клієнтів. В Україні попит на CRO-послуги є латентний, тобто потреба є, проте мало власників бізнесу знають про такі послуги. Крім того, CRO-агенцій та спеціалістів не так багато, як в інших маркетингових напрямках. Ринок тільки починає розвиватися, саме тому аналіз поточного його стану й виділення тенденцій є актуальною темою дослідження.

© 2024 The Authors. This is an open access article under the CC BY license
(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких покладений початок вирішенню даної проблеми і на які спирається автор. У науковій та професійній маркетинговій літературі дуже мало опубліковано досліджень ринку CRO-послуг в Україні. UX-агенція Turum-Burum проаналізувала за допомогою сервісу Google Trends поширення терміну "оптимізація конверсії" в Україні та встановила, що такий запит вводять в пошук рідко, хоча наразі є тенденція до зростання [1]. Ключові тренди CRO, серед яких: інтернет-еквайринг, зручність навігації, інтерактивність виявили представники української агенції результативного інтернет-маркетингу Webpromo [2], а дослідники консалтингової компанії Gartner встановили, що оптимізація сайту за конверсійними технологіями неможливо без персоналізації контенту [9]. Основними джерелами для подальшого аналізу даного ринку стали рейтинги українських агенцій, які надають CRO-послуги, сформовані всесвітніми платформами Clutch та The Manifest.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Дослідження CRO-агенцій зазвичай зводиться до визначення їх напрямків діяльності, частки на ринку, огляду відгуків, проте раніше не проводився аналіз їх унікальних торгових пропозицій. Це є дуже важливим, адже дає змогу виявити, в чому перевага кожної агенції та, загалом, зрозуміти загальні тенденції, чим можна виділитися на ринку таких послуг. Тобто такий аналіз має також й практичну значущість. Немає чітко окреслених проблем CRO та напрямків їх вирішення. В цілому, проведене дослідження є одним із перших аналізів українського CRO-ринку з виділенням ключових проблем та розробкою рекомендації.

Формулювання мети статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз основних гравців на українському ринку CRO-послуг, виявлення ключових трендів та проблем оптимізації рівня конверсії вебресурсів, розробка пропозицій щодо розвитку CRO в Україні як напрямку інтернет-маркетингової діяльності.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На основі рейтингу Clutch та The Manifest ми здійснили аналіз українських маркетингових агенцій, які найбільш успішно надають CRO-послуги (табл. 1).

Таблиця 1 – Агенції, які найбільш успішно надають CRO-послуги

Агенції	Частка CRO у портфелі послуг	Інші послуги, які надає агенція	Клієнти
Conversion Rate Store	60%	10% – розробка цифрових стратегій; 10% – E-commerce development; 10% – маркетинг електронної комерції; 10% – UX/UI дизайн	Depositphotos, MacPaw, Papaya Global, Microsoft
Turum-burum	20%	80% – UX/UI дизайн	Samsung, Intertop, Antoshka.ua, RetouchMe App
Applica	30%	20% – розробка цифрових стратегій; 20% – мобільний маркетинг; 15% – розробка мобільних додатків; 15% – UX/UI дизайн	Drops, Loona, Slumber, Fabulous
Rocket CRO Lab	50%	35% – UX/UI дизайн; 15% – мобільний маркетинг	NovaKids, PlatinumSun, CaptainsManicorn, Labodet

Продовження табл. 1

Svitsoft	25%	30% – PPC; 25 – SMM; 10% – реклама; 10% – контент-маркетинг	KAN Development, Kyivmiskbud, DIM Group, AI Helps
Mighty Digital	25%	60% – BI; 10% – AI; 5% – IT аутстафінг	Spin, Uproad, Feastly, Rarible
Bystrov	10%	30% – E-commerce development; 10% – розробка цифрових стратегій; 10% – маркетинг електронної комерції; 10% – Email-маркетинг; 10% – SEO; 10% – UX/UI дизайн; 10% – вебдизайн	Flo by Moen, Vittoria Coffee
iplace	15%	25% – PPC; 20% – розробка цифрових стратегій; 20% – маркетинг електронної комерції; 20% – SMM	MAKRO C&C, Watson, Stellantis Group, Eldorado
Aweb	10%	40% – SEO; 30% – PPC; 10% – контент-маркетинг; 10% – мобільний маркетинг	ТОВ «Металбудсервіс», PEREKLADACH, ФРИХОСТ, Kondratiuk Jewelry
tenpixls	20%	30% – веброзробка; 25% – UX/UI дизайн; 25% – вебдизайн	Harold&Co Consulting, PuriCleanse, Alexandra & Spenser

Джерело: побудовано за даними [14; 15]

Перш за все зазначимо, що усі ці агенції надають послуги не тільки в Україні, але також займаються оптимізацією іноземних проєктів. Лише в Conversion Rate Store частка CRO-послуг становить більше ніж 50% (а саме 60%) в асортименті. Всі решту агенцій можна поділити на такі типи:

- 1) маркетингові агенції, які спеціалізуються на певних каналах залучення трафіку (SEO, PPC, SMM тощо), проводять CRO, з метою конверсії трафіку, залученого на сайти клієнтів, а також оптимізації клієнтських сайтів;
- 2) агенції, які спеціалізуються на дизайні чи розробці та надають CRO-послуги з метою оптимізації вебсторінок на етапі проєкції;
- 3) агенції, які спеціалізуються на управлінні даними, глибокій аналітиці, штучному інтелекту та розробляють CRO-стратегії на основі комплексного аудиту з використанням програмного забезпечення, теплових карт, систем аналітики, тестувань.

На відміну від українського ринку, за кордоном є агенції, які 100% спеціалізуються лише на CRO, наприклад, Conversion Fanatics, Invesp, Cro Metrics [13]. Вони є експертами в даному напрямку та надають повний цикл оптимізації вебресурсів за конверсійними технологіями. Можна спрогнозувати, що для України така тенденція є питанням часу. Популяризація та підвищення обізнаності про CRO в найближчому майбутньому призведе до появи саме CRO-агенцій. Наразі більшості вигідніше диверсифікувати власну діяльність, щоб забезпечити максимізацію прибутку, або навіть просто вижити в період кризи. До того ж ринок тільки починає формуватися.

В межах аналізу ми визначили унікальні торгові пропозиції кожної агенції та які конкретно CRO-послуги вони надають власним клієнтам (табл. 2).

Як можемо бачити кожна агенція має свою специфіку діяльності, одні спеціалізуються на електронній комерції, інші на оптимізації мобільних додатків, сайтів послуг. Головною метою, яку ставлять перед собою агенції є не лише підвищення рівня конверсії трафіку у %, але й отримання бажаних результатів у грошовому вимірі, серед яких основними є збільшення продажів та середнього чека.

Таблиця 2 – Унікальні торгові пропозиції агенцій, які надають CRO-послуги

Агенції	УТП	Види CRO-послуг
Conversion Rate Store	Спрямовані на підвищення не лише рівня конверсії, а й середнього чека (AOV, Average Order Value), оплата лише за фактичні результати, працюють орієнтуючись на результати тестувань та аналіз трафіку на різних етапах лійки продажів	Оптимізація рівня конверсії, CRO-аудит, А/В-тестування, QA-тестування
Turumburum	Експерти в оптимізації SaaS-проектів (програмне забезпечення) та електронної комерції, є Google UX Partner, орієнтовані на технології еволюційного дизайну для підвищення конверсії (ESR, Evolutionary Site Redesign)	UX аудит, оптимізація рівня конверсії
Applica	Надають повний цикл послуг з оптимізації мобільних додатків	Аудит, прототипування, тестування, аналітика, оптимізація мобільних додатків
Rocket CRO Lab	Проводять оптимізацію, як дослідження того, на яких ділянках руху трафіку є "витік коштів" та як це ліквідувати	CRO-аудит, UX-дослідження, А/В-тестування, аналітика, оптимізація рівня конверсії
Svitsoft	Сфокусовані на підвищення рівня конверсії рекламного трафіку та ефективності реклами нерухомості у Східній Європі	Оптимізація рівня конверсії, аналітика, брендинг
Mighty Digital	Спрямовані не лише на підвищення рівня конверсії, але й на утримання наявних клієнтів компанії, інтегрують бази даних (CDP, Customer Data Platform), займаються автоматизацією маркетингу	Тестування, аналітика, власне CRO
Bystrov	Спеціалізується на оптимізації проектів на Shopify	Повний цикл послуг для Shopify проектів
iplace	Позиціують себе як агенцію персоналізованого маркетингу	Performance-маркетинг, аналітика
Aweb	Розробляють для кожного клієнта індивідуальні гнучкі стратегії збільшення продажів	Оптимізація рівня конверсії, А/В-тестування, оптимізація лійки продажів, розробка лендінгів
tenpixls	Проводять маркетингові заходи, які дозволяють максимально отримати клієнтів та цінність з наявного трафіку, орієнтуються на ріст рентабельності маркетингових інвестицій	Оптимізація рівня конверсії, аналіз втрати трафіку на різних етапах лійки продажів

Джерело: побудовано на основі аналізу [3; 4; 5; 6; 7; 8; 10; 11; 12; 16]

Поряд з власне оптимізацією вебресурсів, агенції проводять комплексні CRO та UX-аудити, тестування, аналітику, що допомагає більш точно виявити причини низької конверсії й розробити сет обґрунтованих маркетингових заходів.

Також часто бізнес замовляє CRO-послуги напряму у фрілансерів. На даний час на українських біржах фрілансі CRO-спеціалістів є невелика кількість, тому навіть початківці, які не мають великого досвіду, мають всі шанси отримати реальні проекти. Але перевагу отримає той, хто має глибокі знання в традиційному та цифровому маркетингу, розуміється в аналітиці та процесі залучення трафіку із різних каналів, вмє проводити аудит вебсайтів та маркетингової діяльності загалом або працював в будь-якому суміжному напрямку інтернет-маркетингу (SEO, PPC, UX дизайн тощо). Тому

дуже важливо постійно навчатися та практикувати отримані знання на хоча б на невеличких тестових вебресурсах.

Представники великого бізнесу, які мають у своїй організаційній структурі маркетинговий відділ іноді наймають штатного CRO-спеціаліста або навіть цілу команду фахівців в даному напрямку, щоб систематично проводити оптимізацію власних вебресурсів (особливо актуально для великих e-commerce проєктів та сетів мобільних застосунків). Таким чином, ті хто починає свій шлях в CRO мають шанси отримати роботу та перший досвід.

В рамках дослідження варто також виділити 3 ключові тренди CRO. Перший полягає в тому, що CRO-спеціалісти орієнтуються на персоналізацію контенту вебресурсів та маркетингових кампаній, які оптимізують. Це дозволяє підвищити рівень конверсії. Персоналізація може бути реалізована, як:

- додавання на цільові сторінки блоків на основі історії переглядів та покупок споживача (приклад: «Вам сподобається», «Останні переглянуті товари»);
- персоналізація розсилок на електронну пошту про спеціальну пропозицію, залишений товар у кошику, привітання;
- налаштування ремаркетингових кампаній, повернення цільового трафіку на сайт;
- закріплення за потенційним клієнтом особистого консультанта;
- розміщення інформації про індивідуальні пакети послуг, кастомізацію, можливість замовити індивідуальне виробництво товару; створення квіз-тесту, пройшовши який можна отримати відповідь на запитання, розрахувати точну вартість чи підібрати товар;
- додавання у функціонал вебресурсу версії для людей з вадами зору, перемикача на темну версію;
- впровадження чат-ботів з машинним навчанням, які відповідають на нестандартні запитання на основі штучного інтелекту.

Другий тренд – наскрізна оптимізація, яка полягає в тому, що CRO-фахівці повинні спрямовувати свої зусилля на залучення не просто лідів чи клієнтів, а досягнення конверсії з високою цінністю, при цьому мінімізуючи витрати на маркетингове просування та підвищуючи рентабельність маркетингових інвестицій (ROMI) і пожиттєву цінність клієнта (LTV).

Останній тренд є досить поширений серед агенцій, які надають CRO-послуги та в пошуках нових проєктів. Вони застосовують для залучення своїх потенційних клієнтів лід-магніти, щоб встановити перший контакт, показати власну експертизу, глибше ознайомитися з потребами бізнесу. До таких лід-магнітів можуть бути віднесені безкоштовні первинні консультації, експрес-аудити, надсилання чек-листів з деякими корисними рекомендаціями по оптимізації, безкоштовний чи за символічну плату базовий аналіз вебресурсів конкурентів компанії.

Дослідивши стан ринку CRO-послуг, ми виявили основні проблеми розвитку даного напрямку й розробили шляхи їх розв'язання.

Проблема 1. В Україні дуже мало агенцій, які б повністю спеціалізувалися на CRO.

Розв'язання. Сьогодні підвищується попит на конверсію трафіку, який отримує бізнес, звернувшись до SEO чи PPC-спеціалістів. Тому відкриття CRO-агенції має хорошу перспективу. Команда такої агенції повинна складатися з маркетолога, спеціаліста з маркетингового дослідження, власне CRO-спеціалістів, трафіктолога, дизайнерів, розробників та аналітиків.

Проблема 2. CRO-спеціалісти часто підписують угоду про нерозголошення (NDA) й не мають право демонструвати результати своєї роботи третім особам. До таких результатів можуть належати дані з аналітики та програм для тестування, про те, як вплинули запроваджені рішення на конверсію, продажі та дохід. При тому клієнти часто запитують такі кейси.

Розв'язання. Детальні кейси CRO-спеціаліста з оптимізації сайту певної компанії можуть слугувати безкоштовним гайдом для конкурентів цієї компанії, що є не зовсім чесно. Тому краще не публікувати їх у вільному доступі. Спільнота інтернет-маркетологів та інших фахівців digital-сфери повинна спільними зусиллями ліквідувати встановлені порядки, того, що клієнти приймають остаточне рішення за кейсами, релевантними їх ніші, пояснюючи на загальному рівні у своїх соціальних мережах, блогах, під час обговорення проєкту, що публікація кейсів з всією інформацією не є соціально-етичним. Замовники можуть приймати рішення по відгуках про CRO-спеціаліста, трастовій сертифікації (CXL, Google) та кейсам, які представляють демо версію проробленої роботи (якщо не було NDA).

Проблема 3. Є міжнародна сертифікована програма вивчення CRO від CXL. Проте в Україні її аналогів або професійних курсів з CRO немає. Школи, які навчають SEO, PPC, SMM поки не внесли в асортимент такий напрямок.

Розв'язання. CXL-сертифікат має хороший траст у світі (щоправда, в Україні багато спеціалістів та замовників не знають про його існування). Проте навчання відбувається англійською мовою й передбачає перегляд відеоконтенту. Доцільно в Україні зробити курс по CRO вебсайту українською мовою. Навчання повинно проводитися в режимі реального часу, щоб був зворотний зв'язок одразу під час того, як у студента виникло питання. Проходження такого курсу дозволить вивчити фундамент CRO й вже почати працювати та здобувати практичні навички. А в майбутньому успішно пройти навчання в CXL, скласти іспит, отримати міжнародний CRO сертифікат й стати топовим спеціалістом в даній, ніші.

Проблема 4. Шаблонний підхід до проведення CRO-аудиту та оптимізації вебсайту, який в результаті не приносить користі.

Розв'язання. Безумовно необхідно дотримуватися певного плану та орієнтуватися на чек-лист параметрів оцінки вебсторінок. Проте слід зважати на специфіку ніші, тип вебресурсу, цілі, які поставила компанія. CRO блогу, інтернет-магазину та сайту послуг має 3 різні оптимізації. Наприклад, розробка сторінки «Доставлення та оплата» доречна для онлайн-магазину, а ось інтерактивний калькулятор – важливий атрибут сайту послуг. Для інформаційного сайту конверсією може бути перебування на сторінці статті певну кількість часу, тому важливим є оптимізація тексту та іншого контенту.

Проблема 5. Відсутність комплексного підходу до проведення оптимізації рівня конверсії вебресурсу через обмеженість бюджету. Часто фрагментарні дослідження та впровадження не дають бажаного результату.

Розв'язання. Є два варіанти: або правильно розставити пріоритети CRO (для цього варто залучати експерта, який без глибинних досліджень зможе зрозуміти, що саме дасть найбільший ріст конверсії), або ризикнути та виділити всі можливі кошти для проведення комплексного аудиту та CRO, з огляду на те, що це дозволить отримати максимально можливу конверсію трафіку. Термін проведення CRO може бути довгим, тому в перший місяць компанії не потрібно буде оплачувати вартість всіх робіт відразу.

Проблема 6. Багато SEO-спеціалістів нехтують CRO. Вважається, що органічний трафік є безкоштовними, проте це не зовсім так. Щоб отримати достатній рівень трафіку потрібно вийти в ТОП 10 пошукової видачі, провести повну оптимізацію релевантності контенту, технічну оптимізацію, побудувати посилальний профіль. Ці всі заходи

передбачають великі інвестиції. І якщо залучений трафік не буде конвертуватися, бізнес просто втратить кошти.

Розв'язання. Під час отримання перших результатів SEO-просування варто налаштувати аналітику, під'єднати теплові карти та відстежувати поведінку відвідувачів сайту, періодично проводити корекції сторінок. Тільки тоді кожний залучений споживач зможе знайти всю інформацію для прийняття рішення й здійснити цільову дію, а компанія отримає прибуток з органіки.

Проблема 7. Нехтування оптимізацією цільової сторінки за юзабіліті та конверсійними параметрами під час налаштування платної реклами. В результаті ціна за клік (CPC) є високою, адже якість лендінгу є обернено пропорційна до CPC (чим вища якість, тим і нижча CPC). Вартість залучення ліда (CPL) та клієнта (CAC) є також великою, адже з великого пулу трафіку з певною CPC, компанія отримує мало конверсій (наприклад, якщо залучено 100 трафіку ціною по 5 умовних одиниць, CR I роду є 1%, то CPL буде 500 умовних одиниць; за тих же умов при CR I роду – 5%, CPL буде 100).

Розв'язання. PPC-спеціалістам варто налаштовувати тільки тоді рекламу, коли повністю завершена CRO вебсайту. Отож вони повинні співпрацювати пліч-о-пліч з CRO-спеціалістами й самі розуміти основи конверсійних технологій. А в усіх неоднозначних ситуаціях проводити тестування.

Проблема 8. Проводячи CRO часто не враховують аспекти традиційного маркетингу, такі як: товарний асортимент, ціноутворення, оффлайн комунікації, розподіл, кваліфікованість персоналу. Буває ситуація, що сайт є повністю оптимізований, але конверсії немає. Причиною може бути невдале позиціювання, вищі ціни, ніж у конкурента, відсутність певного товару, проблеми з відділом підтримки.

Розв'язання. Проводити комплексне дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища, аналізувати feedback від споживачів, оцінювати роботу менеджерів, які спілкуються з клієнтом, порівнювати ціни з тим, яку цінність має товар, які є додаткові послуги, якою є унікальна торгова пропозиція. CRO-спеціалісту варто працювати в команді разом з штатними маркетологами компанії, щоб спільними зусиллями знайти корінь проблеми.

Проблема 9. Дизайнери, які працюють разом з CRO-спеціалістами, не мають маркетингового бекграунду, тому часто при розробці макета сайту орієнтуються лише на візуальну частину та зручність, й не задумуються над порядком розміщення блоків та їх представленням для максимізації конверсії.

Розв'язання. В перспективі важливо, щоб вебдизайнери вивчали також й основи маркетингу. Але практичне рішення даної ситуації – CRO-спеціалісту замість написання стандартного технічного завдання, варто малювати прототип, у якому зображати всю структуру сайту.

Проблема 10. Генерація неякісного контенту копірайтерами, які працюють разом з CRO-спеціалістами.

Розв'язання. Весь контент на сайті повинен створювати штатний працівник разом з експертом в ніші, користувачькі сторінки краще заповнювати власнику або адміністрації. Існує лише 2 виключення, коли можна звернутися на аутсорс: написання SEO-тексту – до SEO-копірайтера (але технічне завдання має написати SEO-спеціаліст) і UX-копірайтинг (СТА, кнопки, текст в лід-формах, оффери, УТП) – до CRO-спеціаліста чи маркетолога. Контент не повинен обмежуватися текстом та простими картинками, слід додавати інфографіку, фотографії, скріншоти, відео, аудіо супровід, pdf-файли для повного опису тієї чи іншої послуги, чи для повного розкриття теми статті. Звичайний контент варто комбінувати крафтовим (розробленим самостійно, наприклад, фото команди під час роботи), експертними статтями, звітами, новинами компанії, аналізом трендів ніші.

Висновки з проведеного дослідження. Оптимізація рівня конверсії (CRO) є комплексом заходів, спрямованих на підвищення рівня конверсії вебсайту з цільового трафіку, шляхом оптимізації цільових сторінок за конверсійними технологіями та покращення маркетингової діяльності компанії загалом. Ринок CRO в Україні тільки починає розвиватися. На даному етапі послуги з оптимізації рівня конверсії надають агенції, які займаються й іншими напрямками інтернет-маркетингу. В перспективі є формування нішових CRO-агенцій з вузькою спеціалізацією, але по цьому повним циклом обслуговування. Ключовими трендами CRO є орієнтація на персоналізовану та наскрізну оптимізацію вебресурсів, яка забезпечить бізнесу прибутки, а також залучення маркетинговими агенціями замовників через лід-магніти у вигляді певної користі, яка дозволяє представити свою експертність в CRO. Існує низка проблем, розв'язання яких дозволить фахівцям в даному напрямку успішно вести проєкти, бути конкурентоспроможним навіть на міжнародному рівні, а для власників бізнесу забезпечить можливість отримати якісні послуги з оптимізації вебресурсів та досягти всіх поставлених цілей.

Подальші дослідження в даному напрямку полягають у проведенні глибинних інтерв'ю фрілансерів, які займаються оптимізацією вебресурсів за конверсійними технологіями, а також дослідженні рівня обізнаності про CRO серед представників бізнесу.

1. Оптимізація конверсії: аналіз ринку, вартість CRO-послуг та навіщо це вашому бізнесу? *Turum-Burum Agency*, 2020. URL: <https://turumburum.ua/blog/optimizatsiya-konversii-analiz-rynka-stoimost-cro-uslug-i-zachem-eto-vashemu-biznesu/> (дата звернення 08.10.2023).
2. Сідньов В. Тренди CRO на 2022 рік: готові рішення для зростання. *Webpromo*. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/trendy-cro-na-2022-god-gotovye-resheniya-dlya-rosta/> (дата звернення 06.10.2023).
3. *Applica*. URL: <https://applica.agency/> (дата звернення 11.10.2023).
4. *Aweb*. URL: <https://aweb.agency/> (дата звернення 11.10.2023).
5. *Bystrov*. URL: <https://bystrov.agency/> (дата звернення 11.10.2023).
6. *Conversion Rate Store*. URL: <https://conversionrate.store/> (дата звернення 11.10.2023).
7. *Iplace*. URL: <https://iplace.agency/> (дата звернення 11.10.2023).
8. *Mighty Digital*. URL: <https://www.mighty.digital/> (дата звернення 11.10.2023).
9. *Personalization*. *Gartner*. URL: <https://www.gartner.com/en/executive-guidance/impact-of-personalization> (дата звернення: 08.10.2023).
10. *Rocket CRO Lab*. URL: <https://www.rocketcrolab.com/> (дата звернення 11.10.2023).
11. *Svitsoft*. URL: <https://svitsoft.com/> (дата звернення: 11.10.2023).
12. *Tenpixls*. URL: <https://tenpixls.com/> (дата звернення 11.10.2023).
13. *Top Conversion Rate Optimization Services*. *Clutch*. URL: <https://clutch.co/agencies/conversion-optimization> (дата звернення 10.10.2023).
14. *Top Conversion Rate Optimization Services in Ukraine*. *Clutch*, 2023. URL: https://clutch.co/ua/agencies/conversion-optimization?sort_by=ClutchRank (дата звернення 10.10.2023).
15. *TOP 60 Conversion optimization services in Ukraine*. *The Manifest*, September, 2023. URL: <https://themanifest.com/ua/conversion-optimization/services> (дата звернення 10.10.2023).
16. *Turum-burum*. URL: <https://turumburum.com/> (дата звернення 11.09.2023).

1. *Turum-Burum Agency* (2020) *Optymizatsiia konversii: analiz rynku, vartist CRO-poslugh ta navishcho tse vashomu biznesu?* [Conversion optimization: market analysis, cost of CRO services and why it is for your business?] Available at: <https://turumburum.ua/blog/optimizatsiya-konversii-analiz-rynka-stoimost-cro-uslug-i-zachem-eto-vashemu-biznesu/> (accessed 08.10.2023). (in Ukrainian).

2. Sidnev V. (2022) Trendy CRO na 2022 rik: hotovi rishennia dlia zrostantia [CRO Trends 2022: ready solutions for growth.] *Webpromo*. Available at: <https://web-promo.ua/ua/blog/trendy-cro-na-2022-god-gotovye-resheniya-dlya-rosta/> (accessed 06.10.2023). (in Ukrainian).
3. Applica. Available at: <https://applica.agency/> (accessed 11.10.2023).
4. Aweb. Available at: <https://aweb.agency/> (accessed 11.10.2023).
5. Bystrov. Available at: <https://bystrov.agency/> (accessed 11.10.2023).
6. Conversion Rate Store. Available at: <https://conversionrate.store/> (accessed 11 October 2023).
7. Iplace. Available at: <https://iplace.agency/> (accessed 11 October 2023).
8. Mighty Digital. Available at: <https://www.mighty.digital/> (accessed 11 October 2023).
9. Gartner (2023) Personalization. Available at: <https://www.gartner.com/en/executive-guidance/impact-of-personalization> (accessed 08 October 2023).
10. Rocket CRO Lab. Available at: <https://www.rocketcrolab.com/> (accessed 11.10. 2023).
11. Svitsoft. Available at: <https://svitsoft.com/> (accessed 11.10.2023).
12. Tenpixls. Available at: <https://tenpixls.com/> (accessed 11.10.2023).
13. Top Conversion Rate Optimization Services. *Clutch*. Available at: <https://clutch.co/agencies/conversion-optimization> (accessed 10.10.2023).
14. Top Conversion Rate Optimization Services in Ukraine. *Clutch*. 2023. Available at: https://clutch.co/ua/agencies/conversion-optimization?sort_by=ClutchRank (accessed 10.10. 2023).
15. TOP 60 Conversion optimization services in Ukraine. *The manifest*, September, 2023. Available at: <https://themanifest.com/ua/conversion-optimization/services> (accessed 10.10.2023).
16. Turum-burum. Available at: <https://turumburum.com/> (accessed 11.10.2023).

Hnylyakevich-Prouts I., PhD of economics, associate professor, associate professor of the Department of Marketing, Ivan Franko National University of Lviv (Lviv, Ukraine).

Zinkova S., PhD student of the Department of Marketing, Ivan Franko National University of Lviv (Lviv, Ukraine).

Analysis of the Ukrainian market of CRO services.

The aim of the article. The purpose of scientific research is to analyze key players in the Ukrainian CRO services market, identify major trends and optimization issues for web conversion rates, and propose strategies for the development of CRO in Ukraine as a branch of internet marketing.

Analysis results. Due to the crisis, Ukrainian companies are unable to spend money on testing the effectiveness of marketing activities. They need concrete results and profits, not a perspective on the distant future. A key solution to this problem lies in the field of internet marketing known as Conversion Rate Optimization (CRO) – a set of measures aimed at improving the quality of target web pages and increasing the overall effectiveness of the company's marketing activities to attract more potential and actual customers. In Ukraine, there is a latent demand for CRO services, but few business owners are aware of such services. Additionally, there are not as many CRO agencies and specialists compared to other marketing areas. The market is still in its early stages of development, making an analysis of its current state and identification of key trends a relevant research topic.

The article conducts an analysis of the Ukrainian market for web conversion optimization services, examining the top 10 agencies offering CRO services, including their unique selling propositions and the specifics of their operations. It outlines the knowledge and skills a freelancer should possess to thrive in this field. Three key CRO trends are highlighted: personalization, cross-channel optimization, and attracting potential clients through lead magnets that provide value and showcase the expertise of CRO professionals. The article also identifies main challenges in the development of CRO and suggests solutions. The scientific novelty of the research lies in the development of recommendations for development of the Ukrainian CRO market and optimizing websites using conversion technologies. The practical value is that agencies and professionals entering the CRO service market can use the research results as key trends for successful operations. Additionally, this scientific article is beneficial for business owners seeking a CRO agency to optimize their own websites.

Conclusions and direction for further research. In general, Conversion Rate Optimization (CRO) involves a set of measures aimed at increasing the website conversion rate from targeted traffic

by optimizing landing pages through conversion technologies and improving the company's overall marketing activities. The CRO market in Ukraine is just beginning to develop. Currently, conversion rate optimization services are provided by agencies engaged in various areas of internet marketing. There is a prospective formation of niche CRO agencies with a specific focus, providing full-service solutions. Key CRO trends include a focus on personalized and holistic optimization of web resources, ensuring business profits, and attracting clients for marketing agencies through lead magnets in the form of specific benefits showcasing expertise in CRO. Addressing various challenges in this field will enable professionals to successfully manage projects, compete internationally, and offer business owners the opportunity to receive quality web resource optimization services, achieving all set goals.

Further research in this direction involves conducting in-depth interviews with freelancers specializing in website optimization using conversion technologies. It also includes studying the awareness level of CRO among business representatives.

Keywords: conversion rate optimization – CRO, Ukrainian market of CRO services, content personalization, end-to-end optimization, conversion technologies.

Надійшло до редакції 20 жовтня 2023