

МОЖЛИВОСТІ СЕРВІСУ YOUCONTROL ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Досліджено можливості використання аналітичного сервісу YouControl для проведення маркетингових досліджень. Визначено основні функціональні інструменти платформи, які можуть бути застосовані для аналізу ринку, конкурентного середовища, оцінювання надійності контрагентів та формування маркетингових стратегій. Обґрунтовано доцільність використання відкритих даних у процесі прийняття управлінських рішень.

Наведені приклади демонструють, що YouControl є не лише інструментом перевірки контрагентів, а й повноцінною платформою для проведення маркетингових досліджень. Його використання сприяє підвищенню обґрунтованості управлінських рішень, зниженню ризиків та підвищенню ефективності маркетингової діяльності підприємств.

Ключові слова: маркетинг, аналіз ринків, аналітична онлайн-система YouControl, відкриті дані.

В умовах цифровізації економіки та зростання ролі даних у бізнесі актуальним є використання сучасних інформаційно-аналітичних інструментів для проведення маркетингових досліджень. Традиційні методи збору інформації поступово доповнюються або замінюються цифровими платформами, які забезпечують швидкий доступ до великих масивів структурованих даних. Одним із таких інструментів в Україні є сервіс YouControl.

Питання використання інформаційних систем у маркетинговій діяльності розглядаються в працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Особливу увагу приділено цифровим інструментам аналітики, big data та open data. Водночас практичні аспекти використання українських аналітичних платформ, зокрема YouControl, у маркетингових дослідженнях залишаються недостатньо висвітленими.

Метою статті є дослідження функціональних можливостей сервісу YouControl та обґрунтування його використання у процесі проведення маркетингових досліджень.

YouControl є аналітичною платформою, що агрегує дані з державних реєстрів, відкритих джерел та інших баз даних. Сервіс дозволяє отримувати комплексну інформацію про суб'єктів господарювання, їхню діяльність, фінансовий стан та зв'язки.

У складних B2B-продажах із довгим циклом угоди помилка у виборі сегмента або неправильне розуміння ринку коштують бізнесу місяців роботи та значних бюджетів [1].

YouControl - аналітична онлайн-система, що з понад 180 джерел формує повне досьє на кожну компанію і ФОП України на основі відкритих даних, відстежує зміни та візуалізує зв'язки. Містить дані для перевірки іноземних компаній. Технологія дозволяє за декілька секунд отримати актуальну на час запиту інформацію про фізичну особу з офіційних джерел. Система формує вичерпну інформацію на кожну компанію України на основі відкритих даних, а також відстежує зміни в державних реєстрах.

Data-driven підхід стає базовою компетенцією маркетингових команд, в основі якого є використання доступних даних для ухвалення рішень: від формування портрета ідеального клієнта (ICP) та сегментації до пошуку і первинної оцінки потенційних клієнтів, акаунт-орієнтованого маркетингу (ABM) і прогнозування воронки продажів (pipeline) [1].

Особливе місце в цій системі належить використанню відкритих даних. Відкриті дані — це офіційна, публічно доступна інформація, яку оприлюднюють органи влади в електронному форматі, вона є вільною для поширення та безкоштовною для використання. Відкриті дані дозволяють маркетингу дивитися на ринок не через призму власної CRM, а як на цілісну бізнес-екосистему [1].

Основні можливості сервісу YouControl

Можливості	Характеристика
Розширення бази клієнтів, проведення сегментації ринку та вибір цільової аудиторії	На основі доступної інформації можна здійснювати сегментацію за: • видами економічної діяльності; • розмірами підприємств; • регіональним розташуванням; • фінансовими показниками. Це сприяє більш точному визначенню цільової аудиторії.
Збагачення CRM відкритими даними	CRM перетворюється на повноцінну аналітичну базу та інструмент для роботи, оскільки додаються більш повні дані з відкритих джерел.
Загальний аналіз тенденцій на ринку	Можна дослідити розмір галузі та частки компаній на ринку, відслідковувати зміни та тренди на ринку або в конкретній ніші, прогнозувати успіх бізнесу. За допомогою YouControl можна: • визначати кількість підприємств у певній галузі; • аналізувати їхню географічну структуру; • оцінювати рівень конкуренції; • досліджувати динаміку створення та ліквідації компаній. Це дозволяє формувати уявлення про ємність ринку та тенденції його розвитку.
Використання відкритих даних	Сервіс базується на принципах відкритих даних, що забезпечує: • прозорість інформації; • актуальність даних; • можливість швидкого доступу до аналітики. Це значно знижує витрати часу та ресурсів на проведення досліджень.
Моніторинг нових компаній (конкурентний аналіз)	Зручний інструмент для створення списків компаній з контактами та додатковою інформацією, які можна зберегти і вивантажити у форматі Excel. Сервіс надає можливість: • досліджувати основних гравців ринку; • аналізувати структуру власності компаній; • відстежувати зв'язки між підприємствами; • оцінювати фінансові показники конкурентів. Ці дані є важливими для більш чіткого розуміння конкурентного середовища та розробки конкурентної стратегії підприємства.
Оцінка контрагентів	YouControl дозволяє перевіряти надійність партнерів, що є важливим елементом маркетингових досліджень у B2B-секторі. Зокрема, доступна інформація про: • наявність судових рішень; • податковий статус; • зв'язки з іншими компаніями; • санкції; • ризикові індикатори. Виявлення ризиків дозволяє уникнути потенційних втрат і скоригувати маркетингову політику розподілу.

Нові можливості для українського бізнесу відкриває YC.Market. Система YC. Market є аналітичною платформою, яка агрегує дані з офіційних джерел, дозволяючи проводити мультифакторний аналіз ринку, шукати потенційних клієнтів за ICP та виконувати багато інших задач у кілька кліків. Дані зібрані в єдиний формат, що дає змогу фільтрувати їх за потрібними параметрами, вивантажувати дані у Excel-звітах, працювати з ними у власних системах та будувати аналітику [1].

Новинкою сервісу YouControl є ESG-профіль компанії, який показує, наскільки компанія є **екологічно відповідальною, соціально орієнтованою та етично керованою**. YouControl здійснює автоматизований аналіз контрагента на відповідність критеріям сталого розвитку. Система аналізує діяльність компанії крізь призму критеріїв сталого розвитку та оцінює фактори екологічного, соціального та управлінського впливу (ESG).

За даними сайту YouControl методологія перевірки розроблена на основі:
найкращих практик та стандартів сталого фінансування;
рекомендацій ФРП щодо E&S-оцінки позичальників у контексті державних програм підтримки бізнесу;
стандартів ЄБРР, Світового банку, Міжнародної фінансової корпорації, ЄС та інших глобальних інституцій.

ESG-профіль потрібен:

- інвесторам — для оцінки ризиків і надійності.
- партнерам — для вибору відповідального бізнесу.
- самій компанії — для покращення репутації та сталого розвитку.

Основними **перевагами** використання YouControl у маркетингових дослідженнях є:

- оперативність отримання інформації;
- комплексність даних;
- зручність аналітичних інструментів;
- можливість виявлення прихованих зв'язків між суб'єктами.

Разом з тим існують **певні обмеження**:

- залежність від якості відкритих даних;
- обмеженість інформації щодо поведінки споживачів;
- необхідність додаткового аналізу для інтерпретації даних.

Отже, сервіс YouControl є ефективним інструментом для проведення маркетингових досліджень, особливо у сфері B2B. Його використання дозволяє підвищити якість аналітики, зменшити витрати на збір інформації та забезпечити обґрунтованість управлінських рішень. Цей сервіс надає можливість проаналізувати власну базу контрагентів завдяки відкритим даним. Ви можете досліджувати як клієнтів, так і конкурентів, щоб краще розуміти свою позицію на ринку. Таким чином можна сформулювати або скоригувати стратегію розвитку бізнесу — визначити найбільш пріоритетний сектор для залучення до співпраці, створити портрет B2B-клієнта та відстежити активність конкурентів. Надалі це допоможе знаходити схожих потенційних клієнтів і партнерів у YouControl Market, приймати обґрунтовані рішення, знижувати операційні витрати та підвищувати прозорість у відносинах з контрагентами.

Перспективи подальших досліджень полягають у поєднанні даних YouControl з іншими цифровими інструментами маркетингової аналітики.

1. Бобровіцька В. Data-driven підхід у B2B: як використовувати відкриті дані у маркетингу. *Маркетинг в Україні*. №1-2 (139) січень-квітень 2026. URL: https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2026/04/marketing-in-ukraine_1_2_2026.pdf