

**М. Гришанова**

## ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ КОРПОРАТИВНОЙ БЛОГОСФЕРЫ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ КОМПАНИИ

**Корпоративный блог** – это один из эффективных инструментов маркетинга. Он использует глобальные возможности сети интернет, ставшие поворотными в сфере представления информации. Ежегодно корпоративные блоги набирают все большую популярность, поэтому для компаний важно овладеть их инструментами для наилучшего продвижения товаров и услуг.

Существуют различные площадки для ведения блогов, которые имеют свои преимущества в зависимости от целевой аудитории и специфики предлагаемых товаров. Однако к наиболее распространенным площадкам можно отнести: блоги в социальных сетях, блоги в мессенджерах (как Телеграм), и блоги на своих серверах.

Также их можно классифицировать по видам мультимедиа: текстовые блоги, видеоблоги, фотоблоги и другие.

Продвижение блогов в интернете может осуществляться при помощи контекстной и медийной рекламы, контент маркетинга, поисковой оптимизации, рассылок, вирусного маркетинга. Так как блогинг является современным и не полностью изученным средством продвижения товаров и услуг, пользователи лояльно относятся к рекламному сообщению.

К инструментам корпоративной блогосферы при продвижении товаров и услуг можно отнести следующие:

- реклама товаров (фото, видео, текст), использование таргетинга;
- проведение опросов, розыгрышей, интервью;
- новости (фотоотчеты с мероприятий, рассказы о новинках и т.п.);
- ежедневное обновление постов, общение со зрителями (читателями), написание полезных статей;
- отзывы и фото клиентов с товаром.

Исходя из вышеперечисленного, контент блогов можно условно разделить на следующие виды: развлекательный, вовлекающий, продающий, информационный, новостной, вирусный, обучающий, экспертный. И так как подписчикам быстро надоедает разнообразие, следует совмещать все виды медиа-контента. Это главный инструмент взаимодействия с пользователями.

Также можно составлять контент-планы, которые помогут сбалансировать пропорции контента и дисциплинировать постинг. Для получения обратной связи, следует быстро реагировать на сообщения подписчиков и поддерживать коммуникацию на должном уровне.

Блогинг является современным, эффективным и требовательным к человеческому ресурсу средством рекламы, ведение которого требует большего количества усилий и творчества от компании, в отличие от других инструментов маркетинга.