

РОЛЬ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ КОМПАНИИ

Актуальность контент-маркетинга объясняется тем, что во многих компаниях существует проблема продвижения товаров и услуг. Одним из вариантов решения этой проблемы стал контент-маркетинг.

Контент-маркетинг – это форма маркетинга, ориентированная на создание, публикацию и распространение контента для целевой аудитории. Он привлекает новых клиентов, создавая и распространяя ценный и бесплатный контент, что помогает компаниям создать устойчивую лояльность к бренду, предоставляет ценную информацию потребителям и создает готовность покупать продукты у компании в будущем.

Цели контент-маркетинга компаний могут различаться, однако существует пять целей, на которых сосредотачиваются компании любого типа: узнаваемость бренда, повышение лояльности, повышение вовлеченности клиентов, взаимодействие с клиентами, реактивация пассивных клиентов.

Контент условно можно разделить на пять видов: информационный, продающий, развлекательный, вовлекающий и вирусный.

Комбинируя разный контент, маркетологи получают возможность продавать продукты, поддерживать интерес читателей и продвигать бренд. Недостаточно просто создавать контент, нужно создавать полезный контент для целевой аудитории. Для этого существуют различные инструменты контент-маркетинга: посты в блоге, статьи, книги, вебинары, видео, иллюстрации и фото, обзоры, диаграммы и графики, презентации, подкасты и др.

Стоит учитывать, что один способ рекламы может быть эффективным для одного бренда и малоэффективным для другого. Большая часть компаний использует контент-маркетинг на своих веб-страницах и в социальных сетях. Социальные сети стали более распространенным маркетинговым инструментом. Традиционная реклама утрачивает свою популярность, поэтому компании вынуждены искать новые способы продвижения своего бренда. Компании пытаются удержать текущих клиентов и привлечь новых. Контент-маркетинг может информировать, обучать и углублять связи с потребителями. Коммуникация важна для успеха любого бизнеса, а регулярное привлечение клиентов помогает улучшить имидж компании. Когда бренд вовлечен в развитие коммуникации, клиенты считают его заинтересованным, отзывчивым и доступным. Значительная часть активности в социальных сетях осуществляется через мобильные устройства. Социальные сети продолжают набирать популярность, и для малого и растущего бизнеса важно использовать их для рекламы и продвижения. Таким образом, если компания действительно знает, что интересует ее аудиторию, то с большей вероятностью создаст контент, который будет интересным и полезным, и это гарантирует, что контент не останется незамеченным.