

Тимофеев Дмитрий Меркурьевич

магистрант

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ПОНЯТИЯ, ЦЕЛИ И ПРИНЦИПЫ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА

Аннотация: автор статьи отмечает, что контент-маркетинг – это вид маркетинговой деятельности, который подразумевает создание и обмен информацией и публикация контента с целью привлечения, и удержания клиентов. Контент-маркетинг также определяется как стратегический маркетинговый подход, сосредоточенный на создании и распространение ценной, актуальной, и последовательной информации, который должен привлекать и удерживать четко определенную целевую аудиторию – и, в конечном счете, вести к выгодным действиям клиентов.

Ключевые слова: маркетинг, экономика, управление конкурентоспособностью, менеджмент.

Контент-маркетинг позволяет добиться различных целей, включая: создание имиджа лидера, увеличение прямых продаж, ознакомление потребителей с принципиально новыми продуктами или услугами и продвижение их на рынок.

Контент-маркетинг – это привлечение клиентов с помощью полезного и интересного контента. Не рекламы, не рекомендации друзей, а именно контента. Контент дословно означает «содержание» или «содержимое».

Контент – это:

- любой полезный текст: твит, пост в соцсети, заметка в блоге, выпуск рассылки, статья, книга;
- полезное и интересное видео;
- интерактивное приложение или сервис, который бесплатно делает что-нибудь полезное;

- выступление на конференции или семинаре с полезным докладом;
- учебный курс, вебинар, мастер-класс.

Ключевое слово – польза. Контент отличается от рекламы тем, что старается быть полезным сам по себе, без скрытого коммерческого умысла. (Ильяхов, б.д.)

Контент-маркетинг не оперирует понятиями «Купи!» и «Акции», это – постоянная генерация полезного, нужного, интересного для пользователей контента.

Проблема многих компаний заключается в том, что они рассчитывают получить молниеносный эффект от этого направления маркетинга. Написав несколько статей и сняв одно видео, но, не получив быстрого результата в виде продаж, они решают, что контент-маркетинг не работает. И снова приступают к продвижению с помощью контекстной рекламы. А это неправильно.

Контент-маркетинг – это планомерная и постоянная работа, которая приносит свои плоды спустя некоторое время.

Я нашел очень интересный ответ на вопрос «что дает контент-маркетинг?» в статье Андрея Гаврикова для completo.ru и посчитал необходимым включить в данную работу:

1. Экспертность.

Когда компания является активным игроком на рынке и делится своим опытом, она формирует о себе следующее мнение: «Эти ребята действительно хорошие специалисты и разбираются в вопросе – лучше купить у них».

2. Повышение значимости сайта для поисковых систем.

Полезный и интересный контент повышает значимость сайта. Как показывает наш опыт, можно продвигать сайты конкурентных тематик и без ссылок, но с качественным и интересным контентом, размещаемым на самом сайте и сторонних ресурсах.

3. Повышение лояльности.

I. Когда компания занимается контент-маркетингом, она помогает решить проблемы клиентов – тогда коммуникация строится на уровне ценностей. Вопросы с ценой отходят на второй план. Потенциальный клиент понимает, что

компания может решить его проблему и более лояльно относиться к стоимости продукта.

II. Уважение коллег по цеху.

III. Легкость в поиске хороших кадров. Чем больше полезной информации компания выкладывает в Интернет, тем больше людей откликается на ее вакансии на HeadHunter.

IV. Появляются «адвокаты бренда». Если в Интернете всплывает какой-то негатив, откуда ни возьмись, появляются «защитники», которые говорят, что такого быть не может, компания так не работает, и, если есть какие-то проблемы, компания их решает.

V. Повышение лояльности текущих клиентов.

Список литературы

1. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. – 2012.

2. Copyblogger [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.copyblogger.com/content-marketing-codex/>

3. Контент-маркетинг: что это такое, зачем нужен и как разработать стратегию? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.completo.ru/kontent-marketing-chto-eto-takoe-zachem-nuzhen-i-kak-razrabotat-strategiyu/> (дата обращения: 04.12.2018).