

Тимофеев Дмитрий Меркуьевич

магистрант

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

СУЩНОСТЬ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: в данной статье рассматривается вопрос о важности контент-маркетинга для современного предприятия. Автор приходит к выводу, что для правильного использования контент-маркетинга необходимо вести его систематически.

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

Environmental Working Group – некоммерческая организация, которая занимается изучением окружающей среды. Их миссия – «помочь вам узнать больше об окружающей среде и защитить свое здоровье».

Изучение окружающей среды может быть достаточно сложной и скучной темой для многих людей. Однако EWG представляет свои исследования в различных форматах, что позволяет каждому выбрать наиболее подходящий по уровню сложности контент. Вот примеры встречающихся на сайте форматов:

- видео;
- пресс-релизы;
- гиды для потребителей;
- научные исследования;
- мобильные приложения;
- статьи в блоге.

Например, в статье «Ртуть в морепродуктах» используются различные приемы для упрощения важной, но достаточно скучной темы для обычного

читателя. EWG приводят данные статистики, видео с рекомендациями, полное резюме исследования, калькулятор, рекомендации, карточку для печати, которая легко поместится в любой кошелек, и раздел с часто задаваемыми вопросами. Это отличный пример повторного использования контента с четким намерением быть полезными.

На сайте EWG есть множество гидов, посвященных различным темам, начиная с косметики и заканчивая пестицидами в продуктах питания.

Организация создала на своем ресурсе массивный раздел источников, которые являются самостоятельными микро-сайтами. На эти гиды очень удобно ссылаться при раскрытии практически любой темы.

Некоторые публикации доступны всем и являются бесплатными, однако к определенному контенту нужно получить доступ. Это отвечает сразу двум целям: предоставлению аудитории актуальной и полезной информации и созданию списка контактов.

В любом уголке сайта и практически при каждом клике вам предлагается возможность пойти еще дальше: opt-in формы, сообщения о способах финансовой поддержки организации, призывы к действию и полезные внешние ссылки. Создатели ресурса не хотят, чтобы вы покинули его, не совершив какое-либо действие.

При этом пользователи с удовольствием делятся своими контактными данными, так как контент на сайте действительно полезный и интересный.

Крупные компании успешно адаптировали контент-маркетинг и используют его в том масштабе, который идеально работает для их бизнес-модели. Доступен и возможен ли контент-маркетинг для маленьких предприятий? Он уже неоднократно доказал свою эффективность. Контент-маркетинг в 3 раза эффективнее традиционного маркетинга, при меньшей (на 62%) стоимости. Сегодня 86% бизнеса активно использует именно его. (Rusability.ru, n.d.) Множество исследований подтверждают его значимость для малого и среднего бизнеса. Более 2 млрд человек постоянно используют смартфоны, в связи с этим

2 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

90% маркетологов активно переключаются на создание виртуальных торговых площадок и оптимизацию рекламных материалов для мобильных девайсов.

Исходя из вышеуказанных данных можно сказать, что если вашего бизнеса нет в соц. сетях, то вас нет в принципе в бизнесе. Контент-маркетинг – это доступно и эффективно, но не многие предприятия умеют использовать его правильно. А для того, чтобы правильно начать использовать надо вести его систематически и отнестись со всей серьезностью. В принципе любая деятельность без системности – это провал, пустая трата сил и времени.

Список литературы

1. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. – 2012.
2. Content-Marketing Insitute [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rusability.ru/content-marketing/3-krupnyih-brenda-kotoryie-osvoili-kontent-marketing-na-otlichno/> (дата обращения: 04.12.2018).