

Пономаренко Ігор Віталійович, Казарін Владислав Олегович

ХАРАКТЕРИСТИКИ РІЗНИХ КАНАЛІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Статтю присвячено дослідженню теоретичних задач та обґрунтуванню практичних напрямів оптимізації стратегії використання персоналізованого контенту за різноманітними каналами цифрового маркетингу.

В роботі проведено дослідження загальних положень маркетингового менеджменту підприємств; визначено сутність і місце контент-маркетингу в системі маркетингових комунікацій підприємств та сучасні тенденції розвитку цифрових комунікацій на підприємствах сфери інформаційних послуг.

Послідовність процесу маркетингового менеджменту на підприємстві складається із багатьох етапів, спрямованих на управління попитом потенційних споживачів, задоволення та обслуговування потреб ринку, що насамперед, передбачає наявність комунікативної стратегії суб'єкта господарювання.

Контент-маркетинг – сукупність маркетингових прийомів, заснованих на створенні і/або розповсюдженні корисної для споживача інформації з метою завоювання довіри і залучення потенційних клієнтів. Більшість споживачів, перш ніж зробити покупку, звикли проводити невеличке дослідження в інтернеті. Вони звертаються до пошукових систем за більш детальною інформацією про асортимент товарів, наявних на ринку і для порівняння цін від різних виробників. Тож, контент — це спосіб залучити більше відвідувачів на сайт і перетворити їх на клієнтів.

Основною тенденцією розвитку комунікацій на підприємствах сфери інформаційних послуг є суттєва переорієнтація на комунікації в мережі Internet. Завдяки своїй інтерактивності та мультимедійності Інтернет надає плідний ґрунт для створення віртуальних світів та індустрії електронних ігор, які можуть використовуватися, зокрема й для вирішення комунікативних завдань. Ігрові технології надають маркетологам широкий арсенал засобів для просування товарів, послуг. Насамперед, це стосується ігрової реклами.

Ключові слова: інформаційні послуги, цифровий маркетинг, персоналізований контент, канали цифрового маркетингу