

УДК 339.13

Богдана Оксентюк

Bogdana Oksentyuk

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПОНЯТТЯ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ CONCEPT OF CONTENT MARKETING

Інформаційне наповнення сайту (англ. content – вміст) – це та інформація, яку розробник складає самостійно або копіює з дотриманням відповідних законностей.

Весь контент охороняється законом про авторське право, оскільки він є продуктом інтелектуальної праці і має своїх авторів і власників. Окрім якості контенту одним з важливих критеріїв є його доступність. Особливу важливість для користувача має актуальність контенту, його значущість на даний час і достовірність наданих даних, а також відповідність контенту до поставлених цілей.

Унікальний контент (ексклюзивний контент) – це інформація, яка не має аналогів на ресурсах схожої тематики або розміщена на веб-сайті з дозволу правовласника, така, що є результатом інтелектуальної праці та охороняється законом про авторське право. Найчастіше цей термін застосовують до текстового наповнення сайтів (текстовий контент).

Унікальні статті, що написані для конкретного ресурсу, розміщуються на ньому і є першоджерелом, будь-який передрук допустимий лише з дозволу законного власника і за його умовами. Грамотне, якісно виконане і цікаве наповнення сайту здатне значно допомогти компанії та її сайту підвищити відвідуваність, популярність, прибуток.

Контент-маркетинг в тому вигляді, яким ми його знаємо (а це, насамперед, підхід до корпоративного сайту, як до media), – в загальному, створюється прямо на наших очах. І це не буде таким вже великим

перебільшенням, досить подивитися, як до контент-маркетингу відносяться зарубіжні експерти. Наприклад, Сет Годін, автор бізнес-бестселера «Фіолетова корова», гранично лаконічний: «Контент-маркетинг – це єдиний маркетинг, який у нас залишився».

Контент-маркетинг (англ. content marketing) – це розповсюджена в сучасній маркетинговій практиці технологія привернення уваги та залучення цільової аудиторії до бренду за допомогою створення та поширення пов'язаної з ним актуальної та цінної інформації. Контент-маркетинг широко використовується не тільки найуспішнішими світовими компаніями, але й підприємствами малого та середнього бізнесу.

Сьогодні найпоширенішими комунікаційними каналами контент-маркетингу є веб-сайти та соціальні мережі.

До основних елементів контент-маркетингу відносять: публікацію статей; активність у соціальних мережах; створення блогів; тематичне дослідження; випуск журналів; брендів контент на сторонніх ресурсах; подкасти.

Практичне застосування контент-маркетингу поєднує в собі елементи реклами, зв'язків з громадськістю (PR) та SEO-оптимізації (пошукова оптимізація, комплекс заходів для підняття позицій сайту пошуковими системами з певних запитів користувачів, є різновидом SEM – search engine marketing). Однак фахівці з маркетингу виділяють його як окремий інструмент.

За даними Content Marketing Institute 2013, головною метою, заради якої компанії використовують контент-маркетинг, є підвищення пізнаваності бренду (79%), залучення нових користувачів (73%) та формування лояльності клієнтів (64%). За допомогою контент-маркетингу можливо встановити присутність бренду компанії у соціальних мережах та забезпечити позитивний імідж компанії в цілому або бренду.