

УДК 339.13

Дишлюк Наталя

Dyshliuk Natalia

Науковий керівник – викладач вищої категорії Гарасим Л.Г.

ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

КРАУД – МАРКЕТИНГ

CROWD - MARKETING

Крауд-маркетинг – це свого роду партизанський маркетинг, суть якого полягає в просуванні бренду, товарів і послуг компанії шляхом формування позитивної думки в середовищі потенційних клієнтів. Таким чином, замість прямої реклами стимулювання продажів реалізується за рахунок відгуків та рекомендацій інтернет-користувачів.

Повідомлення рекомендаційного характеру розміщуються в різних спільнотах, таких як тематичні форуми, соціальні мережі, коментарі до статей в блогах тощо. Таким чином, у випадку, наприклад, з інтернет-магазином посилання на товар чи інформаційну статтю виглядає як природна рекомендація від іншого користувача, залишена з метою допомогти потенційному клієнту у виборі товару. Фактично, це свого роду робота над покращенням репутації бренду, оскільки зростання кількості згадувань про компанію в мережі дозволяє підвищити інтерес до неї з боку аудиторії і стимулювати переходи зацікавлених користувачів на сайт.

Хоча даний метод просування вимагає великих витрат часу з боку виконавців, він має цілу низку переваг для клієнта:

- максимально природний характер зворотних посилань на сайт компанії;
- зростання цитування і впізнаваності бренду в Інтернеті;
- зростання кількості переходів з пошуку за запитами, пов'язаними з назвою бренду;

- переходи користувачів по посиланнях з різних джерел, тобто зростання реферального трафіку;
- переходи зацікавлених клієнтів на сайт і зростання продажів;
- покращення профілю зовнішніх посилань і позицій сайту в пошуку, природне поєднання dofollow- і nofollow-посилань.

Для кого буде корисним крауд-маркетинг? Фактично, просування такого роду буде мати позитивний ефект не тільки практично для будь-якого виду бізнесу, але й для інформаційних контент-проектів. Тому ми рекомендуємо крауд-маркетинг:

- інтернет-магазинам;
- корпоративним сайтам;
- посадковим сторінкам (landing page);
- контентним інформаційним проектам;
- онлайн-сервісам.

Варто підкреслити, що особливо цінним крауд-маркетинг буде для інтернет-магазину в поєднанні з такими напрямки лінкбїлдингу, як розміщення оглядів, публікації в ЗМІ, нарощування зовнішньої маси сайту за рахунок тематичних зовнішніх посилань. Крім того, ефективність буде однаково високою як для сайтів, що працюють на ринку України, так і для проектів, орієнтованих на західний ринок.

Перелік посилань:

1. Алексунин В.А., Родигина В.В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учеб. пособие / В.А. Алексунин, В.В. Родигина. – М.: Дашков и К, 2005. – 216 с.
2. Буренина Т. А. Маркетинг на базе Интернет-технологий / Т.А. Буренина. - М. : Фирма Благовест-В, 2005. - 151 с.