

МАРКЕТИНГ

Пасулька К.Ю.

студентка,

Ужгородський національний університет

П'ЯТЬ КЛЮЧОВИХ НАПРЯМКІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ У 2019 РОЦІ

Практично всі сучасні комерційні компанії мають представництво в Інтернеті у вигляді повноцінного ресурсу, блогу, сторінки. Однак просто створивши мережевий ресурс і навіть заповнивши його інформаційним контентом, ви не забезпечите автоматичне збільшення продажів і зростання популярності компанії (сайту). Необхідна більш цілеспрямована робота з сайтом, що передбачає його розкрутку, SEO просування і збільшення конверсії. Цим і займаються фахівці з онлайн-маркетингу.

Отже, інтернет-маркетинг (internet marketing) – це сукупність прийомів в Інтернеті, спрямованих на привертання уваги до товару чи послуги, популяризацію цього товару (сайту) в мережі і його ефективного просування з метою продажу. Сучасні словники визначають онлайн-маркетинг як практику використання всіх аспектів і елементів традиційного маркетингу в мережевому просторі. Основне завдання заходів такого роду – отримати максимальний ефект від потенційних користувачів сайту і збільшити їх потік [1]. Комплексний інтернет-маркетинг застосовує всі можливі канали реклами і просування ресурсів в інтернеті для збільшення відвідуваності сайту і зростання продажів.

Інтернет-маркетинг в принципі складається з 6 категорій:

- Пошуковий маркетинг;
- Просування в соціальних мережах (SMM і SMO);
- Дірект або прямий маркетинг;
- PR (public relations – зв'язки з громадськістю);
- Відео маркетинг;
- Веб аналітика.

Всі види інтернет маркетингу мають власні цілі, методи та принципи роботи але, в підсумку, все одно кінцева ціль – підняти бізнес на новий рівень, підвищити прибуток бізнесу [2].

Якщо ви прагнете поліпшити позиції компанії вже зараз, не обійтися без старих і звичних інструментів інтернет-маркетингу. Тим більше що в поточному році деякі з них піднесуть сюрпризи.

Отже, експерти та аналітики виділяють 5 китів онлайн-просування, яким слід приділити увагу цього року.

1. Контент-маркетинг

Контент залишається ключовим елементом онлайн-маркетингу через те, що:

- це база, від якісного опрацювання якої залежить успіх інших напрямків: SEO, SMM, розсилки та ін.;
- ви самі вирішуєте, якого формату контенту віддати перевагу – ґрунтовним блогам, коротким постами в соцмережах, відеороликам, інфографікам або ж міксу всього зазначеного;
- це один з найбільш недорогих видів онлайн-просування з високим відсотком залучення [4].

Серед останніх тенденцій контент-маркетингу:

- вражаюче зростання споживання відеоконтенту, в тому числі живих трансляцій;
- популярність Stories в соцмережах, зокрема в Instagram;
- збільшення числа користувачів смартфонів.

Перегляд коротких відеороликів для більшості людей – ідеальний варіант заповнити вимушені паузи в дорозі або черги. Причому 92% мобільних користувачів діляться сподобалися роликами з друзями. А це вже привід вивчити основи виробництва та просування відеоконтенту, освоїти програми редагування і коригування зображення [5].

2. SMM (менеджмент соціальних мереж)

Якісний контент готовий – відмінно, тепер слід подумати про його просування в тих соціальних мережах, де «живе» ваша цільова аудиторія. Кількість рекламодавців збільшується, вартість оголошень підвищується, а отже, зростають витрати на платну рекламу і залучати клієнтів стає важче. Тому важливо знати основні алгоритми і те, як вони впливають на позиції компанії.

Важливе значення в SMM мають:

- переваги користувачів – переглядають вони відео чи прогортають;
- зацікавленість користувачів – дивляться весь ролик або тільки початок;
- залученість – чи лайкають пости з відеоконтентом, діляться ними з друзями, залишають коментарі і т.д.

На підставі цих критеріїв проводиться персоналізований підбір відеоконтенту в стрічці кожного користувача [4].

Також варто придивитися до месенджерів, що, фактично, «наступають на п'яти» соцмережам. У 2017-му році можна було спостерігати, як цей тренд підхопили компанії одна за одною і почали запускати власні Telegram-канали. Однак найбільш ласим для бізнес-цілей залишається Facebook Messenger: у нього 1,3 млрд активних користувачів, які щомісяця генерують понад 2 млрд повідомлень. Великі ж компанії вже знайшли можливість залучення аудиторії за допомогою чат-ботів [5].

3. SEO (пошукова оптимізація)

Щодня пошукові системи обробляють понад 6,5 млрд запитів – це вражаюче число. У 93% випадках люди заходять в інтернет, щоб знайти потрібну інформацію, і в 79% випадків використовують «Google».

SEO – це ціла наука: тільки «Google» має більше 200 різних алгоритмів і факторів ранжирування, і, що важливіше, вони постійно змінюються. Але не обов'язково бути SEO-маркетологом, щоб розуміти суть пошукової оптимізації та бути в курсі важливих змін.

Факти, які корисно знати:

- 51% трафіку на бізнес-сайти генерується через органічний пошук, ще 10% отримані за допомогою платного пошуку, а 5% – перенаправляються з соцмереж;

- в половині випадків запити складаються з 4 слів і більше;

- третій за значимістю фактор ранжування після контенту і посилань – алгоритм машинного навчання «RankBrain». Це система штучного інтелекту, що займається обробкою нетипових запитів (а таких 15%);

- запити зі смартфонів стали популярнішими ніж пошук з інших гаджетів;

- в 2018 році очікується запуск алгоритму «Google «mobile-first», що визначає наявність і якість мобільної версії сайту в якості ключового фактора ранжування;

- 30% запитів з мобільних телефонів стосуються локального пошуку товарів і послуг [4].

В пріоритеті 2019-го – оптимізація контенту сайту під мобільні і голосові запити. Перший пункт критично важливий для потрапляння в топ видачі, другий – поки бажаний.

Представникам малого бізнесу варто задуматися про можливості, які дає зростаюча популярність локального пошуку. Як мінімум – внести дані компанії на Google Map і в бази інших віртуальних карт [5].

4. Аналітика

Без відстеження ключових метрик неможливо зрозуміти, що потрібно виправити і як це зробити. Полегшити роботу допоможе нова версія «Search Console», запущена «Google» в січні минулого цього року.

Серед корисного функціоналу:

- доступ до даних бізнес-акаунта за 16 місяців – тепер можна переглянути позиції у видачі за цей період і порівняти їх з поточними даними;

- звіт про ефективність, що показує пошуковий трафік, його джерела, запити користувачів (в т.ч. зі смартфонів);

- звіт про індексування, що дає розуміння, які веб-сторінки сайту були проіндексовані і що робити з тими, які видали помилку [4].

5. Розуміння психології клієнтів

Люди знаходяться під невсипущою увагою брендів, щохвилини намагаються нав'язати свої товари або послуги – на вулиці, в транспорті, в телевізорі або гаджетах. Переважна частина такої реклами не тільки не допомагає клієнту задовольнити його потреби, але ще дратує. Звідси банерна сліпота і блокування рекламних повідомлень: кожен 5-й користувач робить це.

Помилка багатьох маркетологів в тому, що вони хочуть відбутися малою часткою – створити хороший контент «для всіх і про все» і постити його на всіх доступних майданчиках. Але поява нових каналів комунікації говорить

про те, що людям для спілкування і самовираження мало однієї соцмережі або месенджера. Розуміння, хто ваш клієнт і чого він очікує (і чого не хоче бачити) в своїй стрічці «Facebook», «Instagram» і так далі – необхідна умова успішного інтернет-маркетингу.

Варто пам'ятати, що лояльність клієнтів завойовується не низькими цінами, а спілкуванням, побудованим на щирості і взаєморозуміння. Звертайтеся до читачів так, як ніби вони ваші приятелі: показуйте важливість їх думки, будьте позитивні, вчасно реагуйте на коментарі [5].

Отже, необхідність використання інтернет-маркетингу як інструмента для розвитку бізнесу стає зрозумілою всім. Точніше, майже всім. Оскільки, як показує статистика, підприємства, які закриваються, є завжди. І якщо ігнорувати тренди та нові віяння ринку, шанси потрапити в цю вибірку істотно підвищуються.

Потенціал інтернет-маркетингу величезний, і можливості, які відкриваються перед підприємцями при його використанні, вражають. Але цей світ мінливий, тому завжди потрібно тримати очі розплющеними, щоб потім не намагатися застрибнути в поїзд, який рушає. [3]

Список використаних джерел:

1. Що таке інтернет-маркетинг — повний огляд для новачків + основні інструменти і стратегії просування [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу: <http://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html>.
2. Що таке інтернет маркетинг [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.lazy-and-rich.biz.ua/biznes-poradi/shho-take-internet-marketing>.
3. Топ-10 трендів інтернет-маркетингу в 2019 році [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/10-trendov-internet-marketinga>.
4. 5 ключових напрямків інтернет-маркетингу для успіху в 2018 році [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: <http://sbm.pnu.edu.ua/2018/02/22/osnovni-rechi-yaki-robyat-uspishni-lyudy-z-ranku-2>.
5. 5 ключевых направлений интернет-маркетинга для успеха в 2019 году [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: <https://geniusmarketing.me/lab/5-klyuchevyx-napravlenij-internet-marketinga-dlya-uspeha-v-2018-godu>.