

ВПЛИВ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ НА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЮ РИНКІВ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

Капраль О.Р.,

к.е.н., асистент кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет "Львівська політехніка",
e-mail: olha.r.kapral@lpnu.ua

На сьогоднішній день, в період карантину, пандемія залишила свій слід практично у кожній сфері бізнесу. Деякі види бізнесу взагалі призупинили свою діяльність або ж переформатувались у нові, більш доступні. [1]

Діджитал-маркетинг став єдиним каналом взаємодії з клієнтами на довгі місяці, і надалі залишиться пріоритетним. Проте він будується не на вигоді від товару чи послуги, а на ідеї. Крута ідея може розповсюдитись інтернетом миттєво. Але B2B — це далеко не коронавірус, тому не варто сподіватись на вірусне розповсюдження та легкі успіхи. Тому знадобиться якісна довгострокова контент-маркетингова стратегія, яка має враховувати порядок нового "після-карантинного" світу.

З моменту появи та подальшого спалаху COVID-19 по всьому світу з'явилися мільйони твітів та ретвітів про вірус, використовуючи їх, користувачі мережі поширюють так інформацію. Твіт, що пов'язаний з COVID-19, можна побачити кожні 45 мілісекунд, і #Coronavirus зараз є другим найбільш часто використовуваним хештегом 2020 року. Ці обсяги відображають величезний апетит до перегляду та обміну новинами та інформацією, пов'язаною з цим вірусом, коли вона розгортається. [2]

Клієнтам знадобиться ще більше контенту, якісного контенту від ресурсів, яким вони довіряють. При плануванні digital-кампанії варто враховувати те, в якому інформаційному полі знаходиться ваша цільова аудиторія. Тому для медіа, які вже мають свого читача, відкриваються нові перспективи – довіра до них зростає.

Контент-маркетинг стає ефективним інструментом для підтримки стосунків з клієнтами та залучення нових. Допоки ви маєте хорошу контент-стратегію, ваші комунікації та залучення аудиторії залишаться непорушними незалежно від обставин.

Список використаних джерел:

1. Як брендам працювати з контентом під час кризи. Колонка Наталі Чуловської. Антикризові дії. URL: <https://bazilik.media/iak-brendam-pratsiuvaty-z-kontentom-pid-chas-kryzy-kolonka-natali-chulovskoi/> (дата звернення: 18.12.2020).
2. Twitter зібрав поради для брендів на період пандемії коронавірусу. Снівпереживання, розуміння і влучний гумор. URL: <https://bazilik.media/twitter-zibrav-porady-dlia-brendiv-na-period-randemii-koronavirusu/> (дата звернення: 18.12.2020).
3. Прогнози розвитку digital-маркетингу в умовах кризи. URL: <https://sostav.ua/publication/prognozi-rozvitku-digital-marketingu-v-umovakh-krizi-84767.html> (дата звернення: 19.12.2020).
4. A visual checklist: Content marketing during a crisis (Infographic). URL: <https://www.techinasia.com/visual-checklist-content-marketing-crisis-infographic> (дата звернення: 22.12.2020).