

СПЕЦИФІЧНІ ВІДМІННОСТІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Цифровий маркетинг - це різновид маркетингових комунікацій в яких використовують цифрові канали. Суть цифрового маркетингу полягає в передачі цільовій аудиторії інформаційних повідомлень по цифрових каналах в онлайн та офлайн середовищах (Інтернет, Екстранет, комп'ютери, мобільні телефони, цифрове телебачення, рекламні дисплеї, інтерактивні екрани, POS термінали).

Специфічними відмінностями цифрового маркетингу від традиційних інструментів реклами є наступні.

1) Адресність - можна безпосередньо звернутися до зацікавленого в покупці споживача. Традиційна реклама спрямована одночасно на всіх, при цьому не можна точно оцінити кількість переглядів білборда або рекламних оголошення на телевізійному каналі.

2) Можливість точної оцінки ефективності - спеціальні лічильники та системи статистики покажуть, за яким запитом, з якої пошукової системи або сайту прийшов відвідувач, що замовив, на що звернув увагу, що прочитав на сайті, що його не зацікавило. До того ж знаючи кількість, яку в пошуковій системі набирають певні запити, можна з певною часткою похибки спрогнозувати рівень попиту на товар, а розміщення білбордів на вулиці, реклами в журналі, оголошення по радіо такої можливості не дають.

3) Чітке визначення потреби (на який товар і з якими параметрами існує попит) - дізнатися про це можна на основі відслідковування в Інтернет тенденцій зміни попиту на товари та тематики запитів користувачів.

4) Час реакції - відвідувач сайту може миттєво відреагувати на рекламне повідомлення, перейти по посиланню на потрібний йому сайт, а якщо наявна така опція, то і придбати товар.

Основними інструментами цифрового маркетингу можна вважати.

1) SEO (англ. search engines optimization) - оптимізація сайту у пошукових системах. Просування сайту на першу сторінку видачі пошукових систем по певних ключових запитах.

2) Контекстна реклама Google Adwords, Yandex Direct - контекстно-залежні банери або текстові оголошення рекламного характеру, що показуються безпосередньо під рядком пошуку або праворуч від видачі пошукової системи по певних запитах.

3) SMM (англ. social media marketing) - соціальний медіа маркетинг, медійна реклама - рекламні повідомлення у формі статичних або анімованих картинок (банерів), що розміщуються на сторінках сайтів з метою просування товарів.

4) SMO (англ. social media optimization) - оптимізація для соціальних мереж, реклама в соціальних мережах: блоги, форуми, Інтернет-щоденники.

5) Технологія Big Data – дослідження масивів даних великих обсягів. З допомогою аналізу думок в соціальних медіа результати можна отримати за кілька годин, при цьому вивчивши десятки тисяч думок.

6) RTB (англ. real time bidding) - торги в реальному часі, аукціон рекламних оголошень в реальному часі.

7) Ретаргетінг (англ. retargeting) – перенацілювання, багаторазовий показ вже переглянутої раніше Інтернет-реклами.

8) SEM (англ. search engine marketing) - маркетингова діяльність в пошукових системах, спрямована на збільшення відвідуваності сайту.

9) Мобільний маркетинг – маркетингова діяльність з використанням мобільних пристроїв.

10) Вірусний маркетинг - це комплекс заходів у рекламній стратегії, коли той чоловік, на якого орієнтована реклама, є одночасно і передавачем реклами.

11) Розсилки - текстові повідомлення (листа) рекламного характеру передані електронною поштою.

1. Digital marketing. Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing. 2. Определение понятия Digital маркетинга. Режим доступу: <http://ukraine.net/2011/11/digital-marketing-cto-eto-takoe-i-schem-ego-edyat>.