

Комп'ютерний практикум «Цифрові сервіси маркетингу промислових підприємств»

Кафедра інформаційної економіки, підприємництва та фінансів

Лектор:

ГЛУЩЕВСЬКИЙ В'ячеслав Валентинович

Змістовий модуль 1.

Сутність цифрового маркетингу та загальні
засади формування інформаційних систем
маркетингу промислового підприємства

Лекція 3

Формування стратегії цифрового маркетингу в
умовах висококонкурентного середовища

Особливості Конкурентного Середовища

- Висококонкурентне середовище вимагає від промислових підприємств чіткої **нішевої диференціації** та **унікальної ціннісної пропозиції (УЦП)**.
- Цифрова стратегія має бути гнучкою, орієнтованою на швидке тестування гіпотез та ефективне використання бюджету.

Контент-Маркетинг як Ефективний Інструмент

- Контент-маркетинг (КМ) — це стратегічний підхід до створення та поширення релевантного, цінного та послідовного контенту.
- На відміну від прямої реклами, КМ будує довіру та позиціонує компанію як експерта.

Цілі КМ у B2B-Сегменті

Підвищення впізнаваності бренду: Через експертні статті, White Papers, галузеві звіти.

Залучення нових клієнтів (лідогенерація): Через закритий контент та цільові вебінари.

Зміцнення відносин з наявними клієнтами: Через технічну документацію, кейс-стаді та навчальні матеріали.

КМ як Інструмент Успіху Вітчизняних Компаній

Для вітчизняних компаній КМ є ефективним способом виходу на міжнародні ринки, де пряма реклама може бути занадто дорогою.

Успіх залежить від якості контенту, який повинен бути орієнтований на "болі" осіб, що приймають рішення (LPR) в B2B-сегменті.



Дякую за увагу!