

РОЗРОБКА КОНТЕНТ-СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ВЗАЄМОДІЇ З АУДИТОРІЄЮ ПОСЕРЕДНИЦЬКИМИ КОМЕРЦІЙНИМИ СТРУКТУРАМИ

Момотков І.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуто процес розроблення контент-стратегії для взаємодії з аудиторією посередницькими комерційними структурами. Контент-стратегія є ключовим елементом успішної присутності в соціальних мережах. Вона повинна бути цільовою, спрямованою на підвищення обізнаності, залучення аудиторії та підтримку вже існуючих клієнтів. Процес розроблення контент-стратегій для взаємодії з аудиторією посередницькими комерційними структурами складається з таких етапів:

- 1) аналіз аудиторії, на цьому етапі необхідно ретельно визначити та проаналізувати цільову аудиторію, оцінити її потреби, інтереси, поведінку в соціальних мережах та конкурентні переваги;
- 2) визначення цілей, цей етап передбачає встановлення конкретних цілей контент-стратегії, що розроблюється, а саме: збільшення кількості підписників, підвищення взаємодії аудиторії або підвищення усвідомленості бренду;
- 3) створення цільового контенту, цей етап включає безпосередньо розробку контенту, який буде цікавим цільовій аудиторії, використовуючи різноманітні формати: відео, зображення, текстові публікації, анімації, інфографіку тощо;
- 4) планування графіку публікацій, цей етап повинен бути регулярним та враховувати найбільш активні часи онлайн-активності цільової аудиторії;
- 5) взаємодія з аудиторією, на цьому етапі необхідно активно спілкуватися з аудиторією шляхом відповідей на коментарі, вподобань та повідомлень, уважно відноситися до скарг аудиторії, надаючи адекватний, своєчасний зворотний зв'язок;
- 6) організація співпраці з «лідерами думок», блогерами-експертами та партнерами, цей етап повинен включати певну стратегію співпраці, яка сприятиме залученню нової аудиторії та збільшенню уваги до бренду;
- 7) вимірювання результатів та аналіз, на цьому етапі необхідно використовувати аналітичні інструменти для вимірювання ефективності контент-стратегії з метою виявлення тенденцій, успіхів та можливостей для покращення стратегії.

Крім того, процес створення присутності в соціальних мережах для посередницьких комерційних структур не може обійтися без залучення професійної команди для розроблення контент-стратегії та взаємодії з аудиторією, що дозволить максимізувати потенціал використання соціальних мереж для досягнення бізнес-цілей, створюючи таке наповнення, яке залучає, утримує та впливає на аудиторію. Отже, розробка ефективної контент-стратегії для взаємодії з аудиторією посередницьких комерційних структур вимагає систематичного підходу, регулярного аналізу результатів та гнучкості для адаптації до змін в умовах ринку та поведінки споживачів.