

ЕТАПИ СТВОРЕННЯ СТРАТЕГІЇ ДІДЖИТАЛ-КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

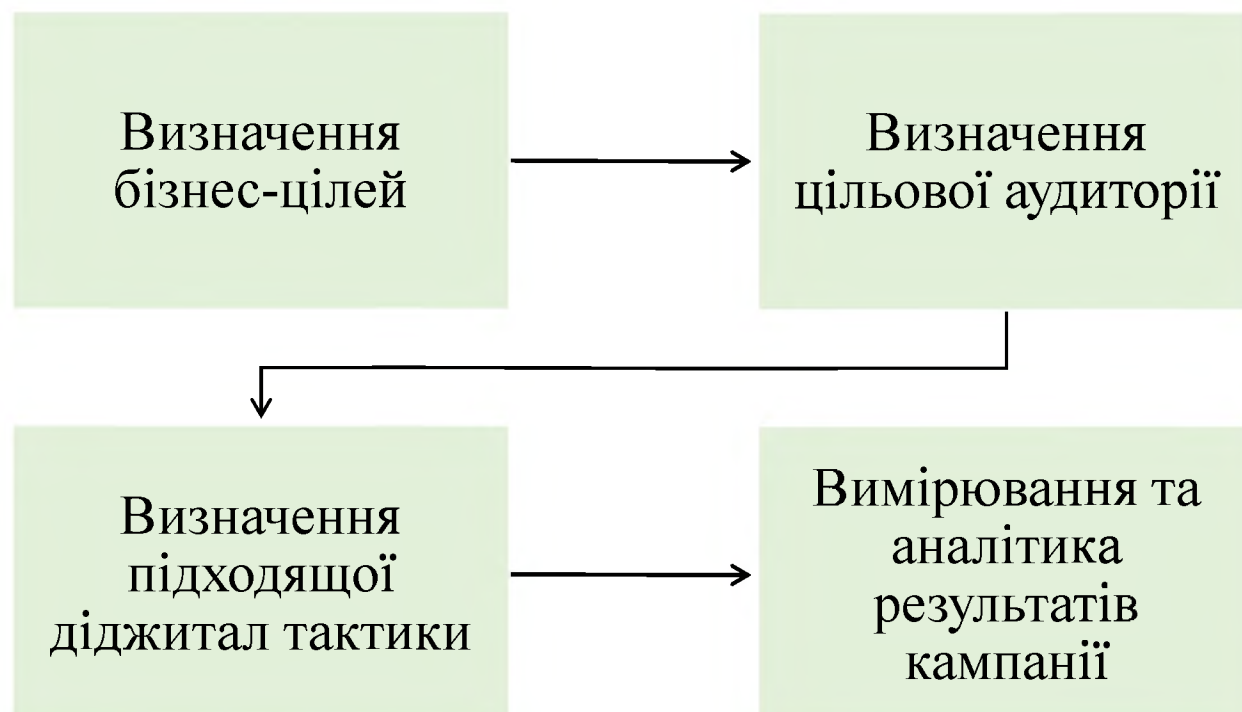
Ніколенко Анна Олександрівна, студентка МП-1 спеціальності «Маркетинг»
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ВСТУП:

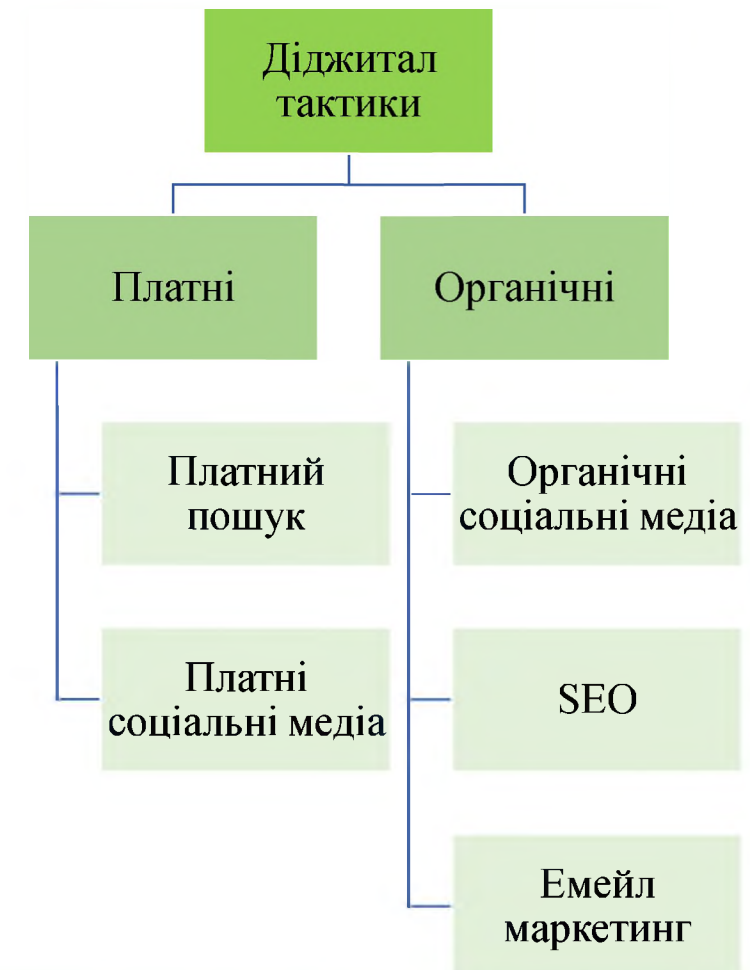
Комунікаційна стратегія – це документ, у якому прописуються довгострокові бізнес-цілі, проводиться аналіз поточного місця в комунікаційному просторі й визначаються методи та інструменти з метою соціальних та поведінкових змін.

Оскільки підприємство часто стикається з такими проблемами/потребами в цифровому середовищі (захист репутації, просування продукту, спілкування з клієнтами, пошук нових співробітників), а також 71% населення України регулярно користуються Інтернетом, то потрібно мати й стратегію по діджитал-комунікаціях.

Кроки створення стратегії діджитал-комунікації



Діджитал тактики



ВИСНОВКИ:

Діджитал стратегія знаходиться поруч із комунікаційною стратегією організації й конкретно розглядає, як організація може побудувати свою присутність в Інтернеті. Сюди входить наявність ефективного вебсайту, використання соціальних медіа, проведення онлайн-кампаній та визначення того, які ресурси потрібно мати в Інтернеті.

Працюючи над розробкою стратегії цифрових комунікацій, потрібно пам'ятати про свої бізнес-цілі, концентруватися на цільовій аудиторії, визначитися з тактикою та вимірювати КРІ протягом усієї кампанії. Зосереджуючись на цих принципах, можна переконатись, що стратегія відповідає цілі та забезпечить результати, які були поставлені.