

*problems&ways of their solutions : collective monograph. USA. Boston: Primedia eLaunch, 2021. P. 169-202.*

2. Цвілий С.М., Корнієнко О.М. *Посткоронавірусне відновлення бізнес-активності мікропідприємств сфери гостинності регіону. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 32(71). Київ : ВД «Гельветика», 2021. № 3. С. 73–78.*

3. Цвілий С.М., Корнієнко О.М. *Посткоронавірусна маркетингова політика утримання лояльних споживачів готельно-ресторанного продукту. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. Зб. наук. праць. Випуск 42/2021. Херсон : ХДУ, 2021. № 42. С. 50–55.*

**УДК 004.738.5:659.14**

**Церковнюк О. Е.,**  
здобувач вищої освіти,  
Науковий керівник: Білик І.І.,  
кандидат економічних наук, доцент,  
Національний університет «Львівська політехніка»

## **РОЛЬ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ У ПРОСУВАННІ ІТ-ПОСЛУГ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

У сучасному цифровому середовищі, де конкуренція на ринку ІТ-послуг надзвичайно висока, питання привертання уваги та зацікавлення цільової аудиторії стає критичним для успіху будь-якого ІТ-бізнесу. Індустрія стрімко розвивається, і клієнти стають все більш вимогливими, шукаючи не лише технологічні інновації, але й глибоке розуміння їхніх конкретних потреб та вирішення їх проблем. Однією з ключових проблем у цьому контексті є велика кількість інформації, яка щодня накопичується в онлайн-просторі. Клієнти стикаються з труднощами відбору найбільш релевантної та корисної інформації, для вирішення щодо вибору ІТ-партнера чи послуги. Це завдання ще більше ускладнюється нестабільністю ринку та швидким темпом змін технологій.

Попри технічну експертність і високий рівень інновацій у сфері ІТ, важливо визнати, що велика частина цільової аудиторії може не бути достатньо освіченою щодо новітніх технологій та їхнього

потенціалу. Це створює прогалину між можливостями ІТ-послуг і реальним розумінням їхнього значення для бізнесу та повсякденного життя. З метою подолання цих викликів, контент-маркетинг виступає як вирішальний фактор, спрямований на створення не лише інформативного, але й змістовного контенту, який ефективно комунікує цінність ІТ-послуг та вирішує конкретні проблеми та потреби клієнтів.

Контент-маркетинг, являє собою стратегічний маркетинговий підхід, фокусований на створенні та поширенні цінного та актуального контенту з метою залучення та утримання конкретної аудиторії. Замість прямого просування товарів чи послуг, контент-маркетинг надає корисну інформацію вашим потенційним та існуючим клієнтам, допомагаючи їм вирішити їхні проблеми або вдосконалити робочі чи особисті аспекти життя. Для успішного використання цього підходу важлива документована стратегія, яку можна легко розробити [1].

Розробка стратегії контент-маркетингу в сучасному ІТ-середовищі стає ключовим етапом для успішного просування ІТ-послуг. Розглянемо ключові фактори, які визначають ефективність цієї стратегії в цифровому середовищі ІТ-послуг [2].

1. Висвітлення унікальних переваг. Систематичне та змістовне презентування унікальних переваг ІТ-послуг через історії успіху, кейси та відмінності від конкурентів є важливим елементом стратегії контент-маркетингу.

2. Взаємодія з цільовою аудиторією. Розробка контенту, спрямованого на конкретний сегмент аудиторії, дозволяє глибше зрозуміти та взаємодіяти з потенційними клієнтами, створюючи особливий зв'язок.

3. Експертна авторитетність. Регулярне публікування експертного контенту допомагає підвищити авторитет бренду в ІТ-сфері, будуючи довіру серед клієнтів.

4. Оптимізація SEO та пошукова видимість. Стратегічна оптимізація контенту для пошукових систем підвищує рейтинг бренду та забезпечує видимість для потенційних клієнтів, які шукають інформацію про ІТ-послуги.

5. Вирішення проблем та потреб клієнтів. Фокусування на розкритті та вирішенні конкретних проблем чи потреб аудиторії допомагає створити важливий зв'язок між брендом та її учасниками.

6. Аналітика та оцінка результатів. Систематичний моніторинг та аналіз результатів дозволяють коригувати стратегію та вдосконалювати контент для досягнення кращих результатів.

Важливо співпрацювати з впливовими особистостями, включати історії успіхів клієнтів та акцентувати участь у громадських ініціативах. Використання візуальних елементів, таких як інфографіка та відео, також може зробити контент більш привабливим та зрозумілим для аудиторії. Успіх стратегій контент-маркетингу в ІТ-галузі визначається комбінацією технологічного знання, креативності та адаптації до потреб аудиторії. Розробка та реалізація стратегії контент-маркетингу стає необхідним кроком для ІТ-послуг у цифровому світі, сприяючи активній взаємодії та побудові довгострокових відносин з клієнтами. Розробка стратегії контент-маркетингу стає, таким чином, миттєвим відгуком на вимоги сучасного ринку ІТ-послуг. Це не лише інструмент просування, а й засіб активної взаємодії та побудови довгострокових відносин з клієнтами.

Успіх стратегій контент-маркетингу визначається комбінацією технологічного знання, креативності та адаптації до потреб аудиторії. Розробка та реалізація стратегії контент-маркетингу стає необхідним кроком для ІТ-послуг у цифровому світі, сприяючи активній взаємодії та побудові довгострокових відносин з клієнтами. В умовах інформаційного перенасичення та швидких технологічних змін, високоякісний та ефективний контент дозволяє брендам не тільки виділятися, але й сприяти взаєморозумінню, розбудові довіри та розвитку довгострокових стосунків з клієнтами та користувачами. У світі, де не лише інновації, але й емоції та змістовність визначають успіх, контент-маркетинг стає ключовим інструментом не лише для привертання нових клієнтів, але й для формування відданої та інформованої спільноти.

***Список використаних джерел:***

1. *What Is Content Marketing? UPL: <http://surl.li/dyhzy>*
2. *Юрченко В. Створення ефективної стратегії: як залучити аудиторію за допомогою цілеспрямованого контенту? UPL: <http://surl.li/svzja>*