

МАРКЕТИНГ В СМИ

Равшан Аббос угли Мухиддинов

преподаватель кафедры

«Меиаменеджмент и медиамаркетинг»

в Университете журналистики и

массовых коммуникаций Узбекистана

Аннотация: Изучение маркетинга сегодня присутствует в жизни каждого, кто пользуется социальными сетями. Будь то специалист по продвижению товаров и услуг или простой ее пользователь. Согласитесь, мы не можем себе представить сегодня наш бизнес и повседневную жизнь без интернета. По несколько раз в день мы заходим в социальные сети, чтобы пообщаться друг с другом и поделиться новыми фотографиями и новостями. Вместе с этим посещаем международные новостные сайты и сайты знакомств. Во всем мире благодаря развитию цифровых коммуникаций миллиарды людей общаются между собой, продают или покупают товары, заключают договоры, узнают о том или ином событии. В этой статье автор попытался разобраться о роли маркетинга в СМИ, его преимущества и недостатки..

Ключевые слова: маркетинг, сми, социальные сети, межкультурная коммуникация.

В современном мире маркетинг является неотъемлемой частью любого бизнеса, включая СМИ. Маркетинг в СМИ - это процесс использования СМИ для продвижения товаров и услуг, а также формирования имиджа компании или бренда.¹ В данной статье мы рассмотрим основные аспекты маркетинга в СМИ, его преимущества и недостатки, а также способы эффективного использования этого инструмента.

Преимущества маркетинга в СМИ:²

- 1. Широкая аудитория.** СМИ имеют огромную аудиторию, которая может быть использована для продвижения товаров или услуг. Это позволяет охватить большое количество людей и повысить узнаваемость бренда.
- 2. Контроль над информацией.** СМИ могут контролировать информацию, которую они распространяют, что позволяет компании контролировать свой имидж и создавать нужный образ в глазах потребителей.
- 3. Гибкость.** СМИ позволяют быстро реагировать на изменения в рыночной ситуации и адаптировать свою стратегию в соответствии с новыми требованиями.
- 4. Возможность тестирования новых продуктов.** СМИ могут тестировать новые продукты и услуги на своей аудитории, выявляя реакцию людей и определяя, насколько они успешны эти продукты или услуги.

¹ Продвижение в интернет-СМИ – бренд-маркетинг // <https://www.advance.az/mass-media>

² Глазова Л. Зачем продвигать продукты в СМИ и как считать пользу от такого PR // <https://companies.rbc.ru/news/R1YTmXcIgl/zachem-prodvigat-produktyi-v-smi-i-kak-schitat-polzu-ot-takogo-pr/?ysclid=lvz60hl5ix913237420>



5. **Создание имиджа.** СМИ могут помочь компании создать имидж, который будет ассоциироваться с ее продуктами или услугами. Это может быть полезно для формирования лояльности потребителей и увеличения продаж.³

Недостатки маркетинга в СМИ:⁴

1. **Ограниченность бюджета.** Многие компании ограничены в своих финансах на маркетинг, что может затруднить использование СМИ в качестве основного инструмента продвижения.
2. **Сложность оценки эффективности.** Оценка эффективности маркетинга в СМИ может быть сложной задачей, так как результаты могут быть отсрочены во времени и не всегда очевидны.
3. **Необходимость постоянного обновления контента.** Чтобы оставаться актуальным и привлекательным для аудитории, компании должны постоянно обновлять свой контент и следить за последними трендами.
4. **Ограниченный контроль над аудиторией.** Хотя СМИ могут контролировать содержание своего контента, они не могут полностью контролировать то, кто данный контент увидит и как он может быть использован.
5. **Проблемы с конфиденциальностью.** Некоторые компании могут столкнуться с проблемами конфиденциальности, если они используют СМИ для распространения информации о своих продуктах или услугах.

Способы эффективного использования маркетинга в СМИ:

1. **Создание качественного контента.** Качественный контент, который будет интересен аудитории, является ключевым фактором успеха в маркетинге в СМИ. Компании должны создавать контент, соответствующий интересам их целевой аудитории и вызывающий у нее желание купить продукт или услугу.
2. **Определение целевой аудитории.** Важно определить свою целевую аудиторию и создать контент, который будет наиболее привлекателен для нее. Это поможет достичь максимальной эффективности в использовании СМИ.
3. **Сотрудничество с другими компаниями (Кросс-маркетинг).** Сотрудничество с другими компаниями может помочь расширить аудиторию и увеличить эффективность маркетинга в СМИ. Например, компании могут сотрудничать с блогерами, чтобы увеличить охват своей аудитории.⁵
4. **Использование социальных сетей.** Социальные сети являются мощным инструментом маркетинга в СМИ. Они позволяют компаниям быстро и эффективно взаимодействовать с аудиторией, а также отслеживать ее реакцию на контент.⁶
5. **Анализ результатов.** После использования маркетинга в СМИ необходимо проводить анализ результатов, чтобы определить, какие стратегии были наиболее успешными и какие изменения необходимо внести в будущем.

В заключение следует еще раз отметить, что маркетинг в СМИ является важным инструментом для продвижения товаров и услуг. Однако чтобы использовать его эффективно, необходимо учитывать его преимущества и недостатки. Компании должны создать качественный контент, определить свою целевую аудиторию, сотрудничать с другими компаниями и использовать социальные сети. Также необходимо проводить анализ результатов и вносить изменения в свою стратегию маркетинга в СМИ в зависимости от полученных результатов.

Литература:

³Хабарова С.Г. СМИ как инструмент создания эффективного имиджа. Особенности работы // <https://tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2018/reg-zhurnalist/3/habarova.pdf?ysclid=lvz5nt38gm167359281>

⁴ Рыкова В. Достоинства и недостатки СМИ // <https://vlada-rykova.com/dostoinstva-i-nedostatki-smi/>

⁵ Кросс-маркетинг // <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/cross-marketing>

⁶Маркетинг в социальных сетях (SMM) // <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/social-media-marketing>



1. <https://www.advance.az> - официальный сайт маркетингового агентства Advance Azerbaijan.
2. <https://sendpulse.com/> - официальный сайт SendPulse.
3. <https://vlada-rykova.com> - личный блог руководителя маркетингового агентства MAVR Владиславы Рыковой.
4. <https://tsutmb.ru/> - официальный сайт Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина.
5. <https://companies.rbc.ru> – официальный сайт РБК.

