**Дәріс 13. Tone of voice-да диджитал (дауыс қабаты)**

Қазір интернеттің қаншалықты қолжетімді екенін есепке ала отырып, ғаламдық «торға» қосылып жатқан адам саны күн сайын артып отырғанын оңай байқауға болады. Зерттеушілер кейінгі үш жылда дүниежүзілік тұрақты интернет қолданушылар саны 5%-ға өскенін айтып отыр. Өйткені интернет адамдардың өмір сүру салтын айтарлықтай өзгертті. Әлі де өзгертеді. Әсіресе сауда-саттық саласы түгелімен ғаламторға тәуелді болып қалды. Бұл дегеніміз, бұған дейін де аз-кем ғана тиімділігі болған офлайн маркетинг түгел күшін жойған. Ол заманды ұмытқандар болса, еске салайық: үй аралап компания тауарын «атасының құнына» алдап сатып кететін саудагерлер, көше бойында жарнама қағазын тарататын қыз-жігіттер, базар алдында «біздің дүкенге кіріп көріңіз» деп айғайлап тұратын жуан дауысты кісі... Таныс шығар? Әрине еліміз бұл көріністен түгел арыла қойған жоқ. Бірақ маркетинг саласы да цифрлы технологияны қолдана отырып, басқа түрге енді. Қазір азық-түлік тауарларына дейін есіктің алдына жеткізіп беретін қызметтер барын ескерсек, «жалпыхалықтық онлайн өмірге» де аз уақыт қалғанын аңдауға болады.

Маркетингтің әу бастағы міндеті – әрқашан мақсатты аудиторияның талабын қажетті уақытта және керек жерде орындай білу. Ал бұған апаратын жалғыз жол – интернеттің артықшылығын дөп тани білу. Сіз әлі де өмір салтыңызда, жұмысыңызда, бизнесіңізде цифр­лы маркетингтік құралдарды қолданбасаңыз, дәл қазір ескі тәсілді қайта қарайтын уақыт жетті, дейді мамандар. Сатушыға да, алушыға да, жалпы, кез келген интернет қолданушыға маркетингтік сауат ашу артық болмайды. Ал біз қазіргінің тренді цифрлы маркетингтегі ең қажетті үш құралдың не екеніне тоқталсақ....?

**Digital маркетинг деген не?**

Цифрлы маркетинг бұл әр­түр­­лі цифрлы тактиканы, құрал­дар­ды және байланыс арналарын қолдана отырып, әлеуетті тұты­нушылармен, өз уақы­ты­ның көп бөлігін интернетте өткі­зетін мақ­сатты аудиториямен бай­ла­нысуға ар­нал­ған маркетингтік іс-шаралар жиын­­тығы. Ал бұл жиынтық барлық са­ла­­да ауадай қажет екені де заман шын­дығы.

Digital маркетинг тақырыбына енетін бірқатар тактика мен құ­рал бар. Бұл компанияның веб-сайтының өзі және маркетингтің цифрлы арналары, интернет-жарнама және тұтынушыларды сатып алу арналары – SEO, электронды e-mail маркетингі, сатылым нүктесі, контент-маркетинг, тизер жарнамасы, SMM сияқты мәлім де беймәлім құралдардан тұрады.

Әртүрлі цифрлы маркетингтік арналарды қолданатын бизнес мақ­сатты аудиториямен анағұр­лым тиімді және уақтылы өзара әре­кеттесу мүмкіндігіне ие. Сол арқы­лы жаңа клиенттердің санын және брендке аудиторияның қы­зы­ғушылығын арттырады. Бұған бай­ланысты халық арасында «затты қара­па­йым адам сатса – тауар, маркетинг жа­саса – топ-тауар» деген сөз де жиі ай­тылып жүр.

**Іздеу жүйесін оңтайландыру (SEO)**

Бұл интернет маркетингтегі басты құрал. Іздеу жүйесін оңтай­ландыру (seo optimization) тұлға­ның, сайттың, компанияның, тіпті әлеуметтік желідегі жеке ак­каунтты іздеу нәтижесінде ті­зімде бірінші тұруға, жоғары по­зиция­лар­ға ие болуға көмектеседі. Бұл трафикті арттырады. Ал трафик – сұраныс пен сатылым көлемін арттырады.

SEO құралдары:

- Веб-сайттар;

- блогтар;

- инфографика.

**Маркетинг контенті**

Бұл термин брендтің танымал­ды­лы­ғын арттыру, трафиктің өсуі, мақсатты аудиториямен бай­ланыс, жетекші позициялар туды­ру және жаңа клиенттерді тарту мақсатында жасалатын кон­тент құруды және ілгерілетуді біл­діре­ді. Контент-маркетинг – ин­тер­неттегі бизнесті алға жыл­жы­тудың ең тиімді және әлі бағалан­баған құралдарының бірі. Инста­грам желісін аша қалсаңыз, «мә­тін жазып байып кет» дейтін жарнамашылардың көбейгені контент арқылы маркетинг жасауды үйретеміз дегені.

Контент-маркетинг стратегиясын жүзеге асыруға арналған арналар:

- блог жазбалары;

-электронды кітаптар мен мақа­ла­лар;

- подкасттар;

- блогтар;

- инфографика;

- онлайн кітапшалар мен каталогтар.

**Әлеуметтік желідегі маркетинг**

Әлеуметтік желіге барлығы­мыз тір­кел­­генбіз. Тәуліктегі уақы­тымыздың басым бөлігі желі­де «жасыл белгі» беріп отырамыз. Ал мамандар осы «пайдасыз» оты­рыстан да пайда табуға бола­тынын айтады. Маркетингтің бұл түрі сіздің жеке брендіңізді де, биз­несіңізді де әлеуметтік медиада жар­намалауға бағытталған. Бұл – өзгелердің сіздің бренд туралы хабардар болу аясын арттыру, трафикті көбейту және же­текші позициялар жасау үшін қол­да­нылатын құрал. Түптеп келгенде желі қолданушылары өз бренді үшін жұмыс істеп жүргенін өзі байқамауы да мүмкін. Өйткені күн са­йын жариялайтын суретті жазбалардың өзі де дұрыс қолдана білгенге орасан зор жарнама. Тек шегін ұмытып қалмау маңызды.

Әлеуметтік медиа маркетинг (SMM) пайдаланатын арналар:

- Facebook;

- Twitter;

- LinkedIn;

- Instagram;

- Snapchat;

- Pinterest.

- Интернет кез келген бизнес түрінің өсуі мен дамуына шексіз мүмкіндіктер ұсынады. Тіпті 100% офлайнда жүргізілетіндей болып көрінген кәсіптің өзін интернет арқылы жандандыруға болатынына көптеген дәлел бар.

Егжей-тегжейлі сараптама және кең аудиторияны қамту мүм­кіндігі шек­­сіз сандық маркетингтің жалпы ар­тық­шылығы да осында. Әртүрлі сала­лардағы компания­лар мұны іс жү­зінде дәлелдеп келеді. Мәселен, lafounder.com ба­сылымының маркетолог маман­дары­ның айтуынша, цифрлы мар­кетингтің негізін түсініп, оның не екенін біліп, негізгі цифр­лы мар­кетингтік арналардың қа­лай жұ­мыс істейтініне көз жеткізе отырып, кез келген адамға интернетте өз бизнесін тиімді ілгерілетуге көмектесетін, өзіндік бренд қалып­тастырып, сан қырынан таныта алатын стратегия жасау оңай.

Олар халыққа «Осы құ­рал­дарды өз бизнесіңізде әлі қол­дан­бай­тын болсаңыз, онда тәсіл­де­ріңіз­ді қайта қарау туралы ойланып, дәл қазір бастаңыз», деген үндеу де тастады.

Мамандар цифрлы телевизия мен көшедегі жарнама баяғыдай әсер ет­пей­тінін, оның орнын дижитал гад­жет­тердегі сан мың маркетингтік амалдар басатынын, басып та қойғанын айтып жүр.

**Зертханалық сабақ 13.** Сандық кеңістіктегі дауыс үнін таңдау жолдары.