

Роль контент-маркетинга в продвижении услуг частной авиакомпании

Научный руководитель – Шаронов Дмитрий Иванович

Хусанова Зарина Юлдашматовна

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан

E-mail: khusanova01@mail.ru

В современной конкурентной среде рынок частной авиации требует от компаний не только предоставления высококачественных услуг, но и эффективного привлечения и удержания требовательной аудитории. Традиционные методы рекламы, зачастую, оказываются недостаточно эффективными для достижения этих целей, особенно в сегменте премиум-услуг, где ключевую роль играет доверие, репутация и экспертность.

В этой связи, контент-маркетинг, представляющий собой стратегический подход к созданию и распространению ценного, релевантного и последовательного контента, приобретает особую значимость для продвижения услуг частной авиакомпании. Он позволяет компаниям выстраивать долгосрочные отношения с потенциальными и существующими клиентами, демонстрировать свой профессионализм и экспертизу, формировать положительный имидж и укреплять доверие к бренду.

Основная цель контент-маркетинга в контексте частной авиации - не прямая продажа услуг, а формирование спроса через предоставление полезной информации, решение проблем целевой аудитории и создание добавленной ценности. Это достигается путем создания разнообразного контента, включающего экспертные статьи, аналитические обзоры, кейсы из практики, видеоролики, инфографику, руководства, вебинары и другие форматы, адаптированные под разные каналы коммуникации и потребности целевой аудитории.

Ключевыми преимуществами контент-маркетинга для частной авиакомпании являются:

Формирование имиджа эксперта и повышение доверия: Предоставление ценной информации о безопасности полетов, выборе воздушного судна, особенностях обслуживания и других аспектах авиации позволяет компании зарекомендовать себя как надежного и компетентного партнера.

Привлечение и удержание целевой аудитории: Создание контента, отвечающего на вопросы и потребности потенциальных клиентов, позволяет привлечь их внимание и удерживать интерес к компании.

Увеличение узнаваемости бренда и формирование лояльности: Регулярное распространение качественного контента в различных каналах коммуникации способствует повышению узнаваемости бренда и формированию лояльности у существующих клиентов.

Стимулирование спроса на услуги: Предоставление информации о преимуществах частной авиации, возможностях индивидуальных перелетов и других аспектах, связанных с использованием авиационных услуг, может стимулировать спрос и привести к увеличению продаж.

Более высокая рентабельность инвестиций (ROI) по сравнению с традиционной рекламой: Контент-маркетинг позволяет привлекать целевую аудиторию более экономичным способом, чем традиционные методы рекламы, и обеспечивает более долгосрочный эффект.

В рамках ВКР будет проведен анализ лучших практик применения контент-маркетинга в сфере частной авиации, а также разработаны рекомендации по созданию и реализации эффективной контент-стратегии для конкретной компании.

Источники и литература

- 1) Дэвид Мирман Скотт. Новые правила маркетинга и PR. Как попасть в интернет и завоевать мир. Альпина Паблишер, 2019. Холл, Д. PR в реальном времени: Маркетинг, мгновенный отклик и как завоевать мир прямо сейчас. Манн, Иванов и Фербер, 2013 Каплунов, Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Манн, Иванов и Фербер, 2015