

тают различные сервисы и зачем они нужны. Важно уметь объяснить доступным языком, что представляет из себя тот или иной сервис, и почему его необходимо задействовать в работу. Также важно наладить работу между отделами внутри компании: следует сделать так, чтобы отделы маркетинга и продаж работали над одной задачей, а не перекладывали ответственность друг на друга.

Заключение. Таким образом, для усовершенствования работы digital-агентства и достижения высоких результатов необходимо, в первую очередь, правильно определить потребности клиента, собрать необходимую информацию о его продукции, конкурентах и целевой аудитории, уметь переубедить и отстоять свою позицию, грамотно выстроить отношения с заказчиком, найти с ним общий язык и наладить работу между отделами внутри своей организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ильяхов, М.А. Пиши, сокращай: как создавать сильный текст / М.А.Ильяхов, Л.Н.Сарычева. – М.: Альпина Паблицер, 2016. – 440 с.
2. Ашманов, И.В. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И.В. Ашманов. – СПб.: Питер, 2011. – 464 с.

УДК 004.77

СПОСОБЫ ЗАРАБОТКА В ИНТЕРНЕТЕ

Г.М. Юркевич, Е.А. Русецкая, студенты группы 10502119 ФММП БНТУ, научный руководитель – старший преподаватель Т.А. Петровская

Резюме – в статье рассматриваются контент проекты, их виды и способы продвижения в интернете.

Resume – the article discusses content projects, their types and methods of promotion on the Internet.

Введение. Мало кто в наше время объясняет, что такое контент-проект и как им пользоваться. Эта информация будет очень полезна для тех, кто только начинает в контент-маркетинге. В этой работе мы расскажем о некоторых методах продвижения своего проекта, основных видах и целях для тех, кто еще думает над созданием.

Основная часть. В последнее десятилетие контент-проекты как никогда актуальны и с каждым годом их становится всё больше. Контент проект – это веб-сайт некоммерческого характера, который дает интернет-пользователю полный объем информации по одной или нескольким темам. Проекты в интернете должны быть некоммерческой направленности по своему определению, однако, создаются с целью получение какой-либо выгоды. В качестве мотивации к созданию контент-проекта могут выступать многие причины.

Желание увеличить количество продаж вне сети и повысить лояльность посетителей. Дополнительный заработок, через размещение рекламы на своем веб-ресурсе. Привлечение аудитории к одному проекту с использованием другого веб-ресурса. Стремление получить дополнительные профессиональные навыки, получение и обмен опытом.

В зависимости от поставленной задачи контент-проекты отличаются по назначению, подаче информации и содержанию. Существуют несколько видов контент-проектов. Личный блог – это интернет-ресурс одного (иногда нескольких) людей, в котором автор может продвигать, распространять информацию любого содержания, делиться своим опытом или идеями, рассказывать о себе, работе, хобби, спорте и т.д. Тематика, оформление, стиль и любые изменения зависят только от владельца.

Корпоративный сайт (блог) – полноценная и качественная презентация организации или компании в интернет-пространстве. Создается для поддержания взаимосвязи с клиентами или партнерами. Сайт является инструментом для ведения рабочего процесса сотрудниками компании и их общения между собой, достаточно эффективной рекламной площадкой для деятельности или продукции организации.

Статейник – узкотематический веб-проект или ресурс общей тематики, предоставляющий самую полную информацию посетителю в виде огромного количества статей. Веб-портал – это сайт, который предоставляет пользователям различные интерактивные сервисы, работающие на одном ресурсе. Вся информация на таких страницах публикуется одинаковым способом и не зависит от источников. На подобных сайтах есть не только функция поиска, но и такие сервисы, как голосование, форум, электронная почта и т. д.

Развлекательный сайт – проект с информацией развлекательного характера. Таким сайтам присущи: яркая графика, анимация, интерактивные чаты, онлайн-игры, галереи забавных фотографий, аудио- и видео-ролики. Создатель любого контент-проект хочет привлечь максимально большую аудиторию. Для достижения желаемых охватов важным фактором является семантическое ядро. Семантическое ядро сайта — это структурированная база ключевых слов, наиболее полно характеризующая вид деятельности, товары или услуги, представленные на сайте, с точки зрения продвижения в интернете [1]. Далее создается приблизительный «скелет» для расположения ключевых слов по разным посадочным страницам. А затем уже расписываются метатеги.

Лояльность поисковиков напрямую зависит от наполнения. Чем интереснее и качественнее тексты контент-проекта, тем выше трафик. Что посетитель сайта стал постоянным, требуется привлечь его внимание и заинтересовать. Для этого есть огромное количество инструментов, например: структура. – тексты должны быть структурированными, разбитыми на подзаголовки и списки; уникальность, если контент-проект имеет свои «фишки», то он запоминается; работа с инфографикой, человеку проще всего

воспринимается текст вместе с картинкой; регулярность: отсутствие регулярности – дефицитность постоянных читателей; анонсирование – делать анонсы ваших материалов на тематических форумах, сайтах; провокационные фразы в заголовках; анкеты и тесты – многие пользователи любят отвечать на различные вопросы, особенно анонимно [2].

Бесплатно создать контент-проект не получится. Если вы вкладываете – вы и получаете. Если вы не платите талантливому копирайтеру, следовательно, вы сами пишете отличные тексты, однако, вы расплачиваетесь своим временем. Качественный контент-проект может стать источником дохода, если грамотно реализовать уникальную идею. А доверие к контент-проектам увеличивается со временем, но оно потом существует очень долго.

Заключение. В ходе статьи было описано и рассмотрено что такое контент-проект, его особенности запуска и продвижении, для более успешного начала жизненного цикла бизнеса стоит нанимать профессионалов своего дела. Однако самым важным в этом деле будет хорошо подобранный и проработанный материал, интересные статьи для пользователей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Словарь терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/TBzZj> – Дата доступа 17.12.2020.
2. Semantica.in [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://semantica.in/blog/chto-takoe-kontent-proekt.html> – Дата доступа 17.12.2020.

УДК 658.3.07

ЦЕЛИ И ХАРАКТЕРИСТИКИ HRM В ОРГАНИЗАЦИИ

*Н.С. Ярош, студент группы 10507119 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – в данной статье рассмотрены особенности HRM (Human Resource Management) влияющие на результат организации. Выявлены основные цели и характеристики успешного управления человеческими ресурсами.

Resume – this article discusses the features of HRM (Human Resource Management) that affect the result of the organization. The main goals and characteristics of successful human resource management are identified.

Введение. Основная цель управления человеческими ресурсами (или управления людьми) – гарантировать, что организация достигает своих целей с помощью этих ресурсов. Ульрих и Лейк отметили, что «системы управления человеческими ресурсами могут служить источником организационных возможностей, которые позволяют компании исследовать и использовать новые возможности» [1].