



АРТАБСЕНТ: СТАВКА НА ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

Мы представляем Вашему вниманию интервью с победителем премии «ИВИН» 2014 в номинации «Сервисы/инструменты/приложения» — компанией АртАбсент.

— **МвУ:** Скажите, пожалуйста, стала ли победа в номинации ожидаемой для Вашей компании? Какие ощущения Вы испытываете от признания лучшими?

— **АртАбсент:** Среди номинантов в этом году были очень сильные компании, каждый участник — по-своему интересен. У жюри была сложная задача: им на рассмотрение предоставлялись различные сервисы, решающие совершенно непохожие одна на другую задачи. У каждого был свой «конек», потому интрига сохранялась до последнего момента.

А признание всегда подкрепляет уверенность в намеченном пути и стимулирует к дальнейшему творчеству.

— **МвУ:** На Ваш взгляд, какие стратегии и инструменты интернет-маркетинга позволили Вашей компании победить в номинации?

— **АртАбсент:** Ставка на визуальный контент. Сегодня, в бесконечном потоке информации, все сложнее захватить внимание потребителя: глаз цепляется за что-то яркое, динамичное, интерактивное... А молодое поколение и вовсе не представляет жизни без этого! Иллюстрация этого — любопытный эксперимент: <http://www.youtube.com/watch?v=PF7EpEnglgk>

— **МвУ:** Как в целом Вы оцениваете развитие интернет-маркетинга в сегодняшней Украине? Насколько серьезной была конкуренция за награды?

— **АртАбсент:** Мы специально не изучали информацию по этому поводу. Можем сказать, что, интуитивно, мы находимся где-то посередине. Например, в Америке постоянно и очень активно развиваются и тестируются новейшие технологии. Даже в России развитие идет интенсивнее, по банальной причине: из-за размера рынка.

В то же время, украинский интернет-маркетинг развит гораздо лучше, чем в большинстве стран СНГ.

У меня есть друг, активно работающий с Китаем. По его словам, в Поднебесной маркетинг, да и развитие интернет-технологий в целом, уступает даже нашему уровню! Хотя, при этом, размер рынка — в сотни раз больше... Но языковой и ментальный барьер не позволяет многим иностранцам быстро заработать на китайских пользователях.

А касательно конкурентной борьбы... Здесь сложно сказать, поскольку номинанты предоставляют услуги в разных направлениях: их тяжело сравнивать.

– *МвУ*: А насколько Всеукраинский форум «Дни интернет-маркетинга» актуален для Вашей компании? Оправдал ли он ожидания? Что именно яркого, полезного для себя Ваша компания вынесла из этого события?

– *АртАбсент*: Безусловно, всегда полезно послушать коллег по цеху.

Опять-таки, сложно говорить о конкретной пользе, поскольку многие из докладов не относятся к нашей сфере деятельности, но чужой опыт всегда расширяет собственные горизонты.

Некоторые сервисы мы взяли себе на заметку, например, YouScan. Сейчас у нас нет острой необходимости мониторинга

упоминаний в социальных медиа, поскольку мы работаем в B2B сегменте. Тем не менее, потребность может появиться в будущем.

При этом, я обдумываю проект, где услуги FEEDGEE могут очень даже пригодиться.

«Фанера Project» вдохновил своей инновационностью.

И, как всегда, порадовал Ярослав Трофимов: он заставляет думать, не просто двигаться по течению, а включать анализ, логику и математический просчет. Это то, чего не хватает многим украинским компаниям.

