**Текст оригинала.**

Also called online marketing, internet marketing is the process of promoting a business or brand and its products or services over the internet using tools that help drive traffic, leads, and sales.

Internet marketing a pretty broad term that encompasses a range of marketing tactics and strategies – including content, email, search, paid media, and more.

These days, though, internet marketing is often used interchangeably with “content marketing”.

Why?

Because content marketing is the internet marketing of the present and future.

Think of it like this: content marketing (or inbound marketing) is in direct opposition to traditional advertising (outbound marketing), and in direct integration with the patterns and habits of today’s generation.

We don’t like to be sold to, we have our ad-blockers on, and we barely watch cable anymore.

Content marketing serves up content that addresses our pain points, and is there when we want to.

**Перевод текста.**

Интернет-маркетинг, или онлайн-маркетинг, - это способ продвижения бизнес-проекта или бренда, а также услуг в сети Интернет, с помощью использования различных инструментов, позволяющих увеличить посещаемость сайта и продажи, а также найти потенциальных клиентов.

Термин «интернет-маркетинг» универсален, поскольку он охватывает широкий спектр маркетинговых приёмов и включает в себя правильный подбор контента, рассылку, поиск информации, использование платных инструментов для привлечения трафика на сайт, и многое другое.

Тем не менее, на сегодняшний день термин «интернет-маркетинг» часто заменяется другим термином – «контент-маркетинг».

Многие, несомненно, зададутся вопросом, по какой причине это происходит?

Это явление объясняется тем, что контент-маркетинг представляет собой настоящее и будущее для нынешнего интернет-маркетинга.

Только представьте: контент-маркетинг, называемый также входящий маркетинг, представляет собой полную противоположность традиционным методам рекламы, иначе говоря, исходящему маркетингу. Более того, контент-маркетинг находится в непосредственной интеграции с характером и особенностями, нуждами современного поколения.

Нам не нравится, когда нам навязывают что-либо через рекламу, поэтому мы подсознательно блокируем её и вряд ли снова обращаем на неё внимание.

Особенность контент-маркетинга заключается в том, что он предоставляет нам такой контент, который обращается к тому, что нас беспокоит, и появляется лишь тогда, когда мы сами начинаем испытывать в нём нужду.