

بازاریابی محتوایی برای مدیران

رامنیل شهباز

modiremohtava.ir

بازاریابی محتوایی چیست؟

تعیین CMI: Content marketing is the marketing and business process for creating and distributing relevant and valuable content to attract, acquire, and engage a clearly defined and understood target audience – with the objective of driving profitable customer action.

خلق و توزیع محتوای ارزشمند، مربوط و متناسب برای جذب و حفظ مخاطبان کاملاً مشخص و در نهایت واداشتن آنها به انجام دادن عملی سودمند

تعیین HUBSPOT: Content marketing is the marketing and business process for creating and distributing relevant and valuable content to attract, acquire, and engage a clearly defined and understood target audience – with the objective of driving profitable customer action.

تعیین ویکی‌پدیا: **Content marketing** is a form of marketing focused on creating, publishing, and distributing content for a targeted audience online

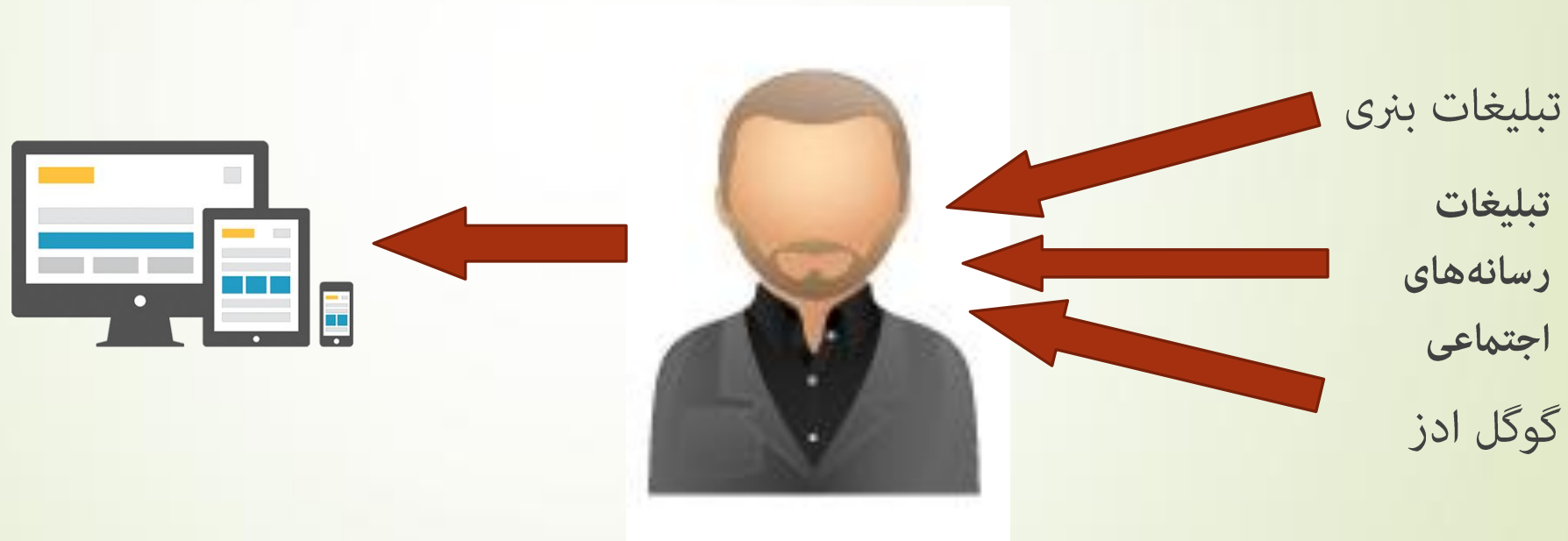
شکلی از بازاریابی است که تمرکز آن برخلق، انتشار و توزیع محتوا به صورت آنلاین برای مخاطبان هدف است

بازاریابی محتوایی چیست؟

- زیرمجموعه بازاریابی دیجیتال -----> زیرمجموعه بازاریابی
- در راستای استراتژی بازاریابی
- خلق محتوای جالب و انتشار آن نیست (خلق محتوا به خاطر محتوا)
- بازاریاب محتوایی بازاریابی است که می نویسد که بفروشد
- هر قطعه از محتوا باید هدفی داشته باشد در راستای استراتژی بازاریابی کسب و کار

اهمیت بازاریابی محتوایی

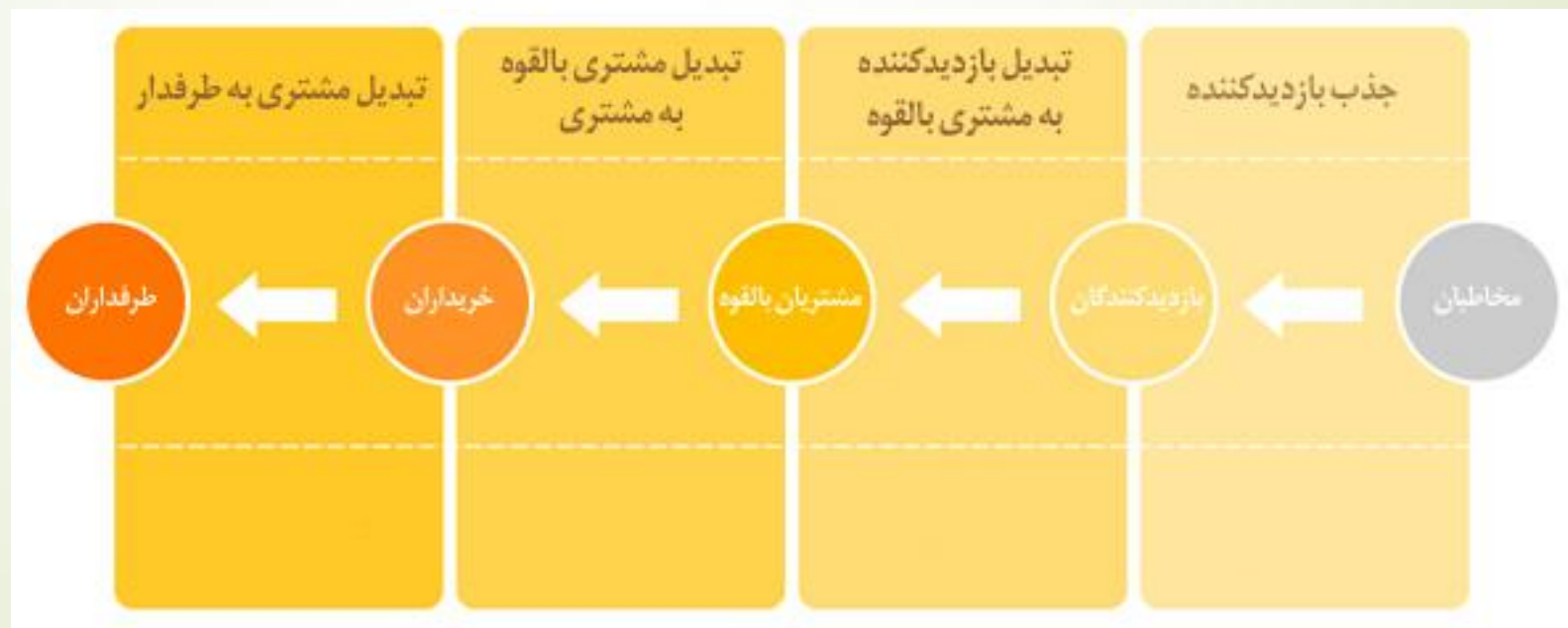
➡ تبلیغات در اینترنت (از هر نوع) هدایت می‌کند به سایت



اهمیت بازاریابی محتوایی

➤ رواج جستجو برای یافتن پاسخ سوالات، آموزش، اطلاعات، ...

➤ بهترین محل برای رساندن پیام بازاریابی و جذب مخاطب، برندسازی



بازاریابی محتوایی چطور کار می کند

- خلق ارزش برای مخاطب: پاسخ سوالات، راهکارهای نتیجه بخش، آموزش های حرفه ای، ...
- کسب اعتبار
- جلب اعتماد
- دیربازده

بازاریابی محتوایی

- دیر بازده
- همیشه ادامه دارد
- نتایج درازمدت

تبلیغات

- زود بازده
- کمپین: تمام می شود
- نتایج کم دوام

عوامل موفقیت در بازاریابی محتوایی



➤ مشخص بودن هدف

➤ در مراحل اولیه: آگاهی، *AWARENESS*، شناخته شدن

➤ در مراحل بعدی: فروش، برندسازی

➤ مشخص بودن مخاطبان

➤ مشخص بودن کلیدواژه‌ها

➤ محتوا برای سئو در مقابل محتوا برای بازاریابی

عوامل موفقیت در بازاریابی محتوایی

توجه به فرآیند خرید (سفر مشتری) (Buyer's Journey)



عوامل موفقیت در بازاریابی محتوایی

➡ توزیع و ترویج محتوا

40% منابع برای تولید، 60% برای ترویج

➡ انتشار محتوا در رسانه‌های دیگر

➡ اینفلوئنسر مارکتینگ

➡ روابط عمومی و تبلیغات

➡ ایمیل مارکتینگ

عوامل موفقیت در بازاریابی محتوایی

➤ سنجش کارایی / اثربخشی محتوا

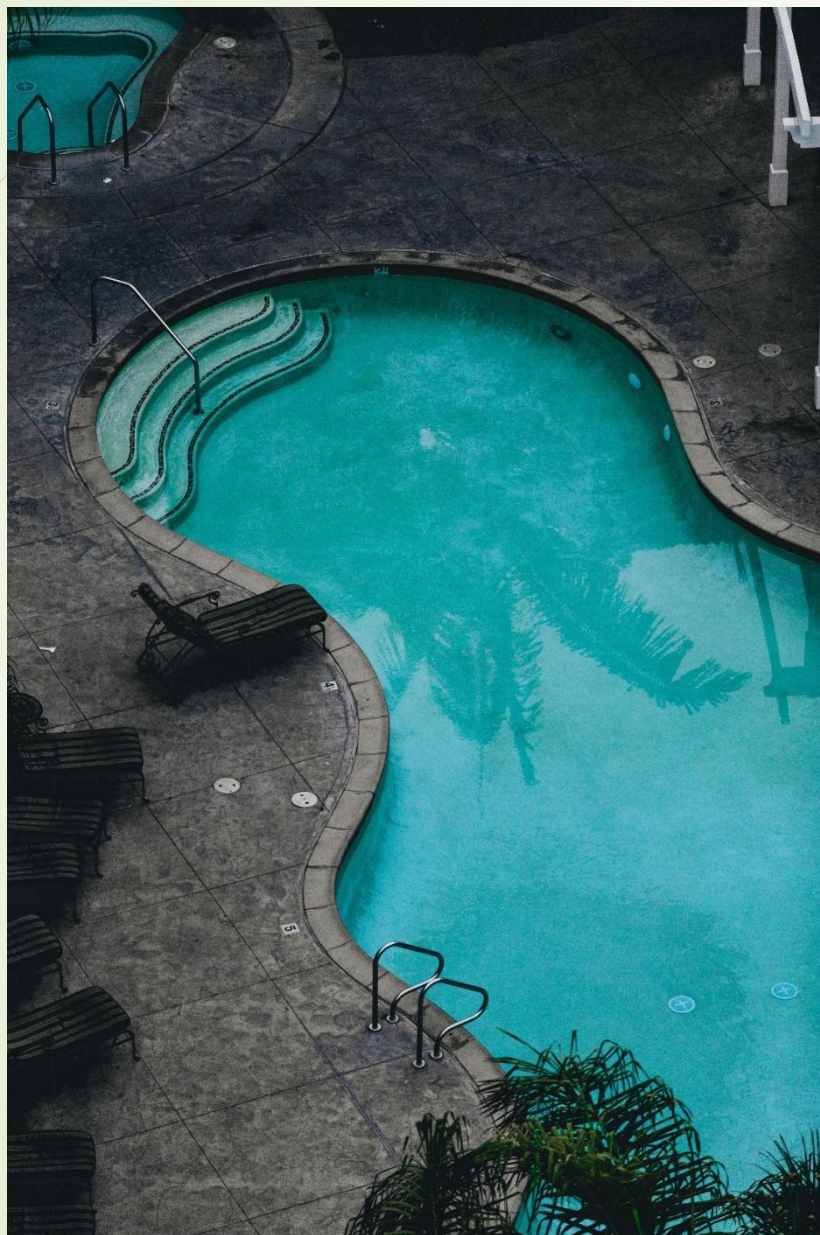
➤ چقدر در رسیدن به هدف موثر بوده

➤ آگاهی: تعداد بازدیدکننده جدید تعداد لینکهای ورودی

➤ فروش: نرخ تبدیل

➤ وفادارسازی مشتری: درصد مشتریان قبلی

یک نمونه واقعی River Pools



➤ تولید کننده استخرهای فایبرگلاس

➤ در سال 2009، در شرف ورشکستگی

➤ پاسخ دادن به سوالات که مشتریان

➤ تبدیل سایت به مرجع استخرهای فایبرگلاس

➤ نتیجه آنها، جلب اعتماد خوانندگان و افزایش فروش بود.

نمونه دوم



نمونه دوم

بخش کسب و کارهای کوچک

➡ شرکت‌های کوچک 1 تا 20 نفره

➡ نبود اطلاعات کافی

➡ پراکنده از نظر جغرافیایی

➡ نداشتن وجه مشترک

نمونه دوم

مشکل اصلی و مشترک

➡ بعد از مصاحبه: مشکل اصلی نداشتن مهارت راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار

➡ نمی‌دانم چطور مشتری پیدا کنم

➡ نمی‌دانم چکار کنم مشتری دوباره برگردد

➡ مشکل در مدیریت مالی کسب و کار

نمونه دوم

راه حل

➤ راه اندازی یک سایت دیگر

➤ 5 نکته برای ارزان تر اجاره کردن غرفه در نمایشگاه

➤ 4 سوالی که باید قبل از راه اندازی یک کسب و کار از خود بپرسید

➤ روش دادن پیشنهاد برای بستن قرارداد پیمان کاری به شرکت های دولتی

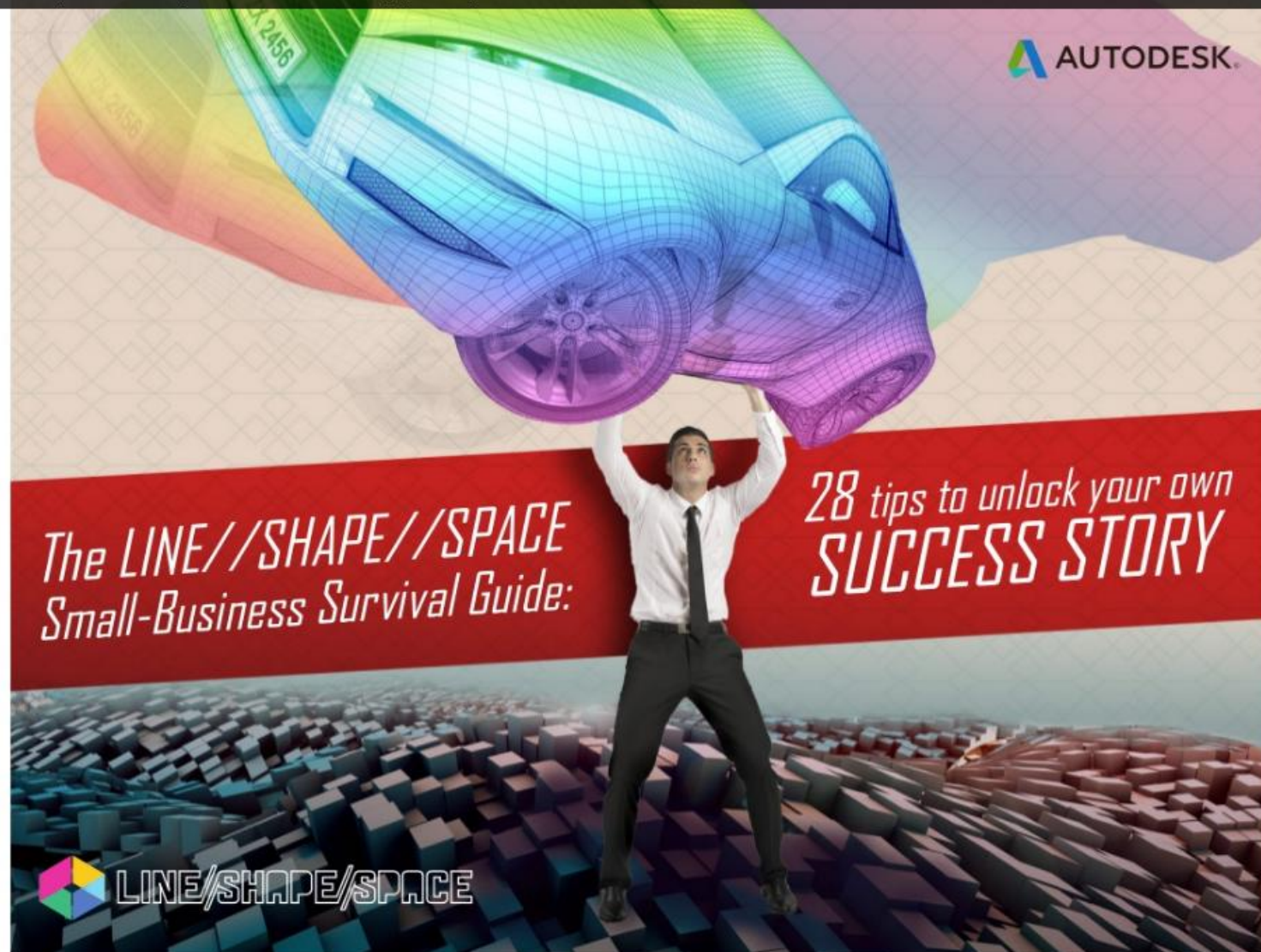
➤ هدف: کمک به شرکت های کوچک برای موفق شدن

➤ تبلیغ اتودسک در حداقل

نمونه دوم ترویج

- همکاری با سایر تیم‌های بازاریابی شرکت
- استفاده از سوشیال مدیا
- تهیه مطلب برای وبلاگ‌های پربازدید صنعتی
- مدیر بازاریابی: خبرنگار حرفه‌ای که به او بازاریابی دیجیتال آموزش داده شد

Small Business Survival Guide: 28 tips to unlock you own success story [eBook]





بازاریابی محتوایی را حرفه‌ای انجام دهید

موفق باشید