

# План обучения

- \* Что такое контент-маркетинг. Вводная лекция. Где используется, зачем нужен, история. Что НЕ является контент-маркетингом.
- \* Инструменты контент-маркетинга. SEO и СЯ.
- \* Типы контента. Тактика КМ. Вечнозеленый контент. Затраты, вовлеченность. Текстовый контент.
- \* Распространение контента.
- \* Маркетинговые исследования. ЦА, конкуренты, сайты.
- \* Контент-стратегия. Подготовка, разработка
- \* Контент-план и реализация.
- \* Как оценивать эффективность КМ.



# Контент-маркетинг. Введение

Традиционный маркетинг  
обращается к людям.

Контент-маркетинг  
разговаривает с ними.

Дуг Кисслер





## Что такое контент-маркетинг

Контент-маркетинг – это создание и распространение полезного контента. Только. Полезного. Контента. И ничего больше.

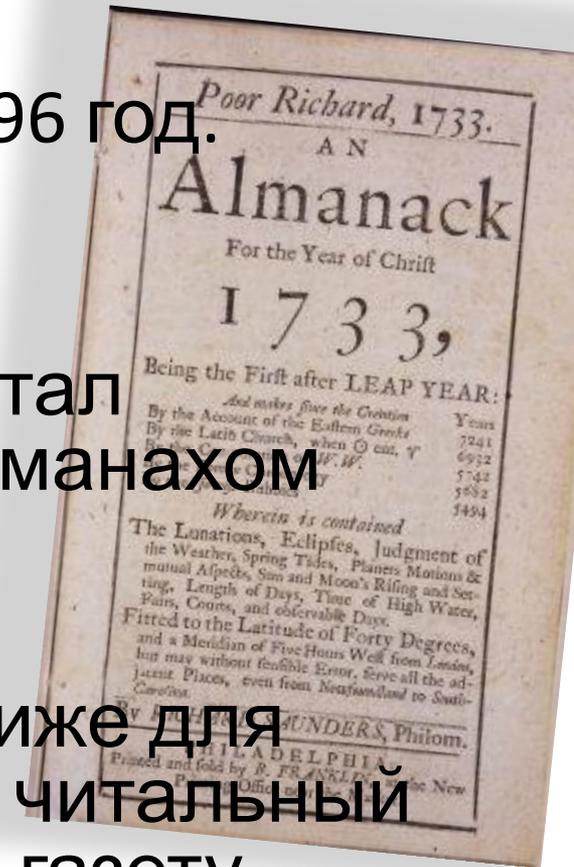
# Немного истории

*Так, для общего развития)*

Первое упоминание термина – 1996 год.  
Но все началось гораздо раньше)

1732 год – Бенджамин Франклин стал продвигать свою типографию альманахом «Бедный Ричард».

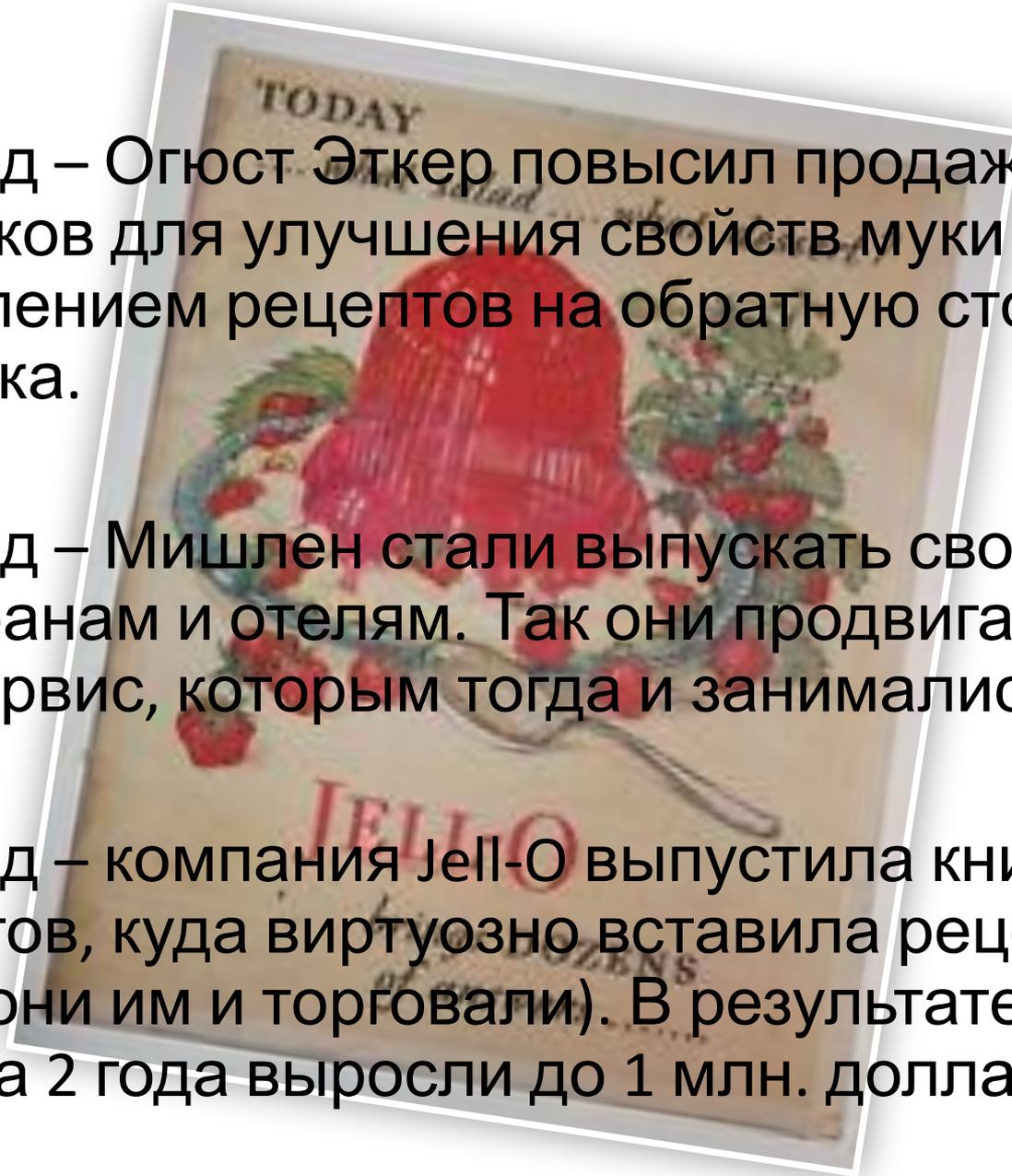
1801 год – книжный магазин в Париже для привлечения покупателей открыл читальный зал и начал издавать свои книги и газету.



1891 год – Огюст Эткер повысил продажи своих порошков для улучшения свойств муки простым добавлением рецептов на обратную сторону пакетика.

1900 год – Мишлен стали выпускать свой гид по ресторанам и отелям. Так они продвигали свой автосервис, которым тогда и занимались.

1904 год – компания Jell-O выпустила книгу рецептов, куда виртуозно вставила рецепты с желе (они им и торговали). В результате продажи желе за 2 года выросли до 1 млн. долларов.



Johnson&Johnson, Procter&Gamble, Sears, Duz&Oxidol стали осваивать аудиоформаты в 90-х годах – это реклама, передачи с полезными советами для своей ЦА, новинки, конкурсы и т.п.

Сейчас в КМ используют все каналы: аудио, видео, газеты, журналы, интернет. Создают фильмы, анимацию, выпускают журналы имени себя.

Это все рассчитано на одно – повысить узнаваемость бренда и внушить потребителям доверие. Потому что 60% пользователей относятся более лояльно к тем компаниям, у которых есть разнообразный полезный и интересный контент.



# Кому нужен контент-маркетинг



# Что входит в контент-маркетинг

- Ведение блогов.
- Ведение соцсетей.
- Видеоролики.
- Подкасты.
- White Paper и маркетинг-киты.
- Вебинары.
- E-mail рассылка.
- Книги и мини-книги.
- Конкурсы, инфографика, FAQ

# Что НЕ входит в контент-маркетинг

- Реклама.
- Лендинги.
- Коммерческие предложения.
- Продающие тексты.

# Отличия между КМ и маркетингом

## Маркетинг

- Главная цель – продажи.
- Используются разовые мероприятия для увеличения продаж (реклама, скидки, бонусы)
- Рассчитан на краткосрочный всплеск продаж чаще всего.

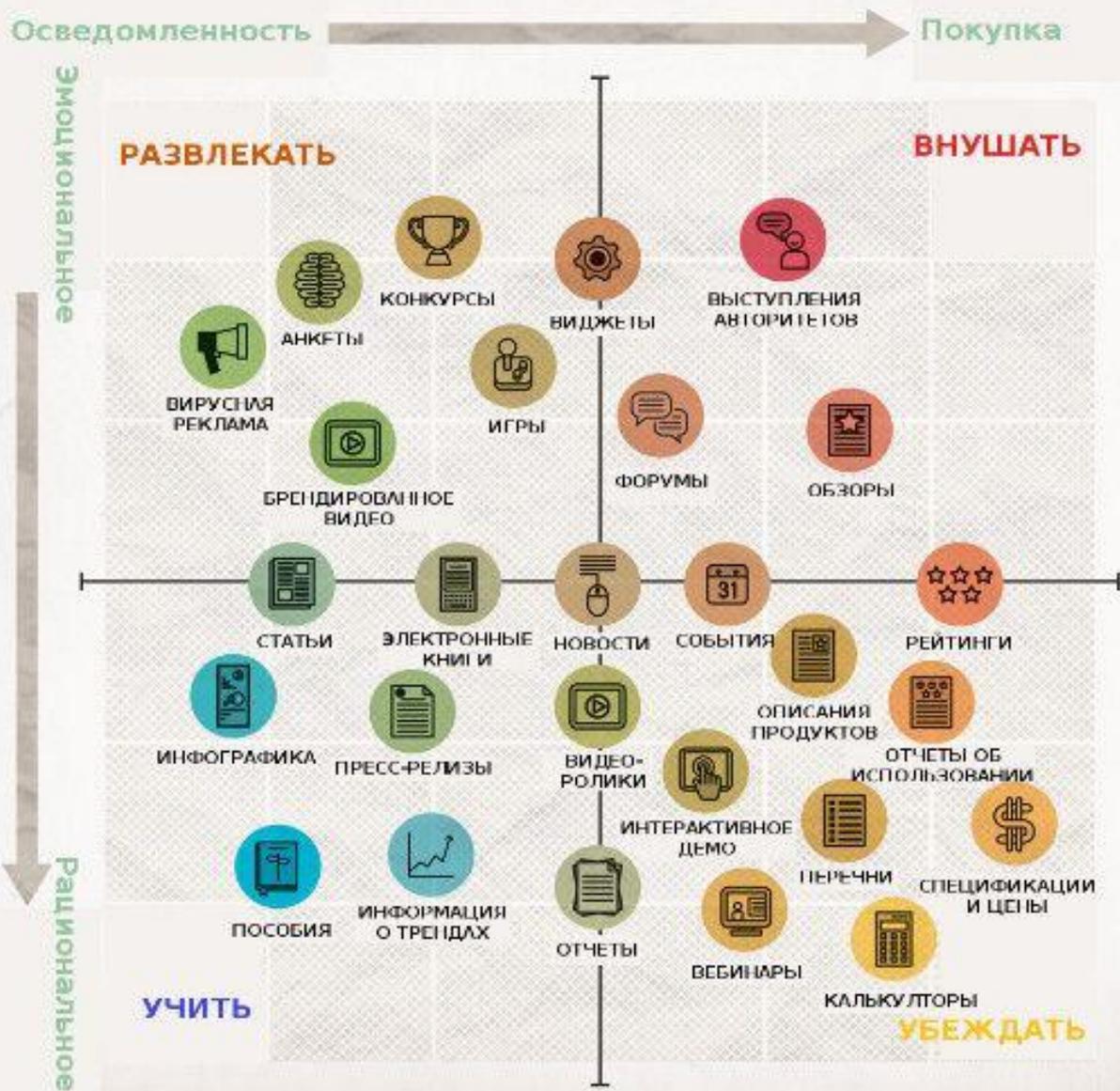
## Контент-маркетинг

- Цель тоже продажи. Но другим способом.
- Ставка на долгоиграющие мероприятия: полезный контент, который будет востребован несколько лет.
- Коммуникация с покупателями.
- Никакой рекламы – только экспертные мнения.
- Выстраивание доверия между пользователями и брендом.





# МАТРИЦА КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА



# Почему КМ – это трудно

Потому что:

- Надо много времени.
- Большие финансовые вложения.
- Нужны дополнительные знания.
- Надо разработать стратегию.
- Постоянно быть на связи со своими клиентами.
- Встраивать КМ в другие каналы маркетинга.
- Постоянно отслеживать изменения в настроении и умах пользователей и быстро выдавать тот контент, который сейчас им необходим.
- Скоординировать работу с другими специалистами.
- Найти специалистов на свой проект, которые будут заниматься КМ.

# Проблемы контент-маркетинга



# С чего начинается КМ

- ✓ Идея
- ✓ Стратегия
- ✓ Тактика
- ✓ Исполнение
- ✓ Аналитика
- ✓ Корректировка

**НЕУКОСНИТЕЛЬНОЕ СОБЛЮДЕНИЕ  
ПЛАНА!**

**Нет системности – нет КМ.**

# Пока всё)

На следующем занятии разберем, зачем контент-маркетингу SEO, и какие инструменты нужны для его эффективной работы.

