

The logo for WhitePress, featuring the word "white" in white and "press" in red, both in a sans-serif font, set against a dark grey rounded rectangle with a subtle drop shadow.

white*press*

Dlaczego content marketing?

materiał dla partnerów

WhitePress 43-300 Bielsko-Biała ul. Legionów 26-28, tel. 33 470 30 48 redakcja@whitepress.pl

Statystyki i liczby

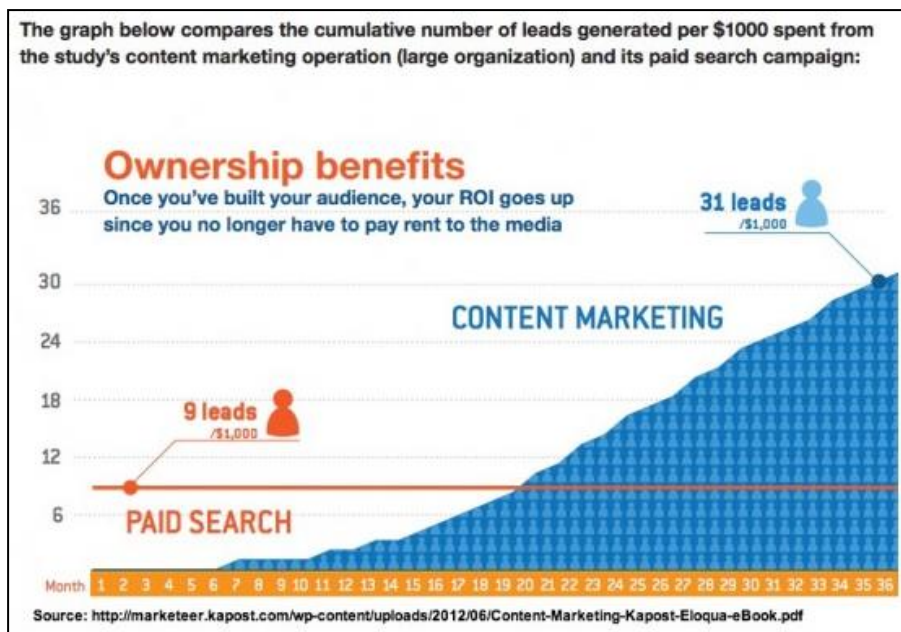
- ✓ **80% procent osób decyzyjnych** w usługach B2B preferuje informacje w formie artykułów CM.
- ✓ **90% marketerów** stosowało content marketing w 2014 roku.
- ✓ Już prawie 50% firm opracowało **strategie content marketingowe** w 2014 roku.
- ✓ Firmy B2B z treściami na blogach **generują 67% więcej leadów** niż pozostałe.
- ✓ 78% CMOs (szefów działów marketingu) uważa że **CM jest przyszłością marketingu**.
- ✓ **CM kosztuje 62% mniej** niż tradycyjny marketing (uzyskuje około 3 razy więcej leadów za ten sam budżet).

Źródła:

- <http://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>
- <http://visual.ly/content-marketing-quick-stats>
- <http://www.webdam.com/2014-marketing-statistics-infographic/>
- <http://www.salespanda.com/blog/infographic-10-awesome-content-marketing-statistics-for-2014>

Dlaczego content marketing

Content marketing jako inwestycja



Wdrożenie strategii CM jest inwestycją. Nie otrzymujemy efektu natychmiastowego jak przy reklamie standardowej, prowadzonej w rozliczeniu CPC.

Jednak w dłuższej skali efektywność tej formy promocji jest wyższa. Stworzenie treści **zostają na zawsze** w Internecie, są odwiedzane, udostępniane i wzbudzają zaangażowanie.

Źródła:

<http://www.business2community.com/content-marketing/content-marketing-important-b2b-marketers-part-2-0939958>

<http://heidicohen.com/why-content-marketing-is-more-effective-than-digital-advertising-research/>

Efektywność content marketingu

Zaufanie

- Content marketing dostarcza wartościowe treści, które budują **zaufanie**. Treści CM wzbudzają zaufanie na poziomie 50 do 58%. Reklama tradycyjna od 29% do 47%.

Edukacja

- Content marketing umożliwia **edukację**. Konsumenci poszukują wiedzy eksperckiej, odpowiedzi na trudne pytania, rzeczowych danych i inspiracji produktowych.

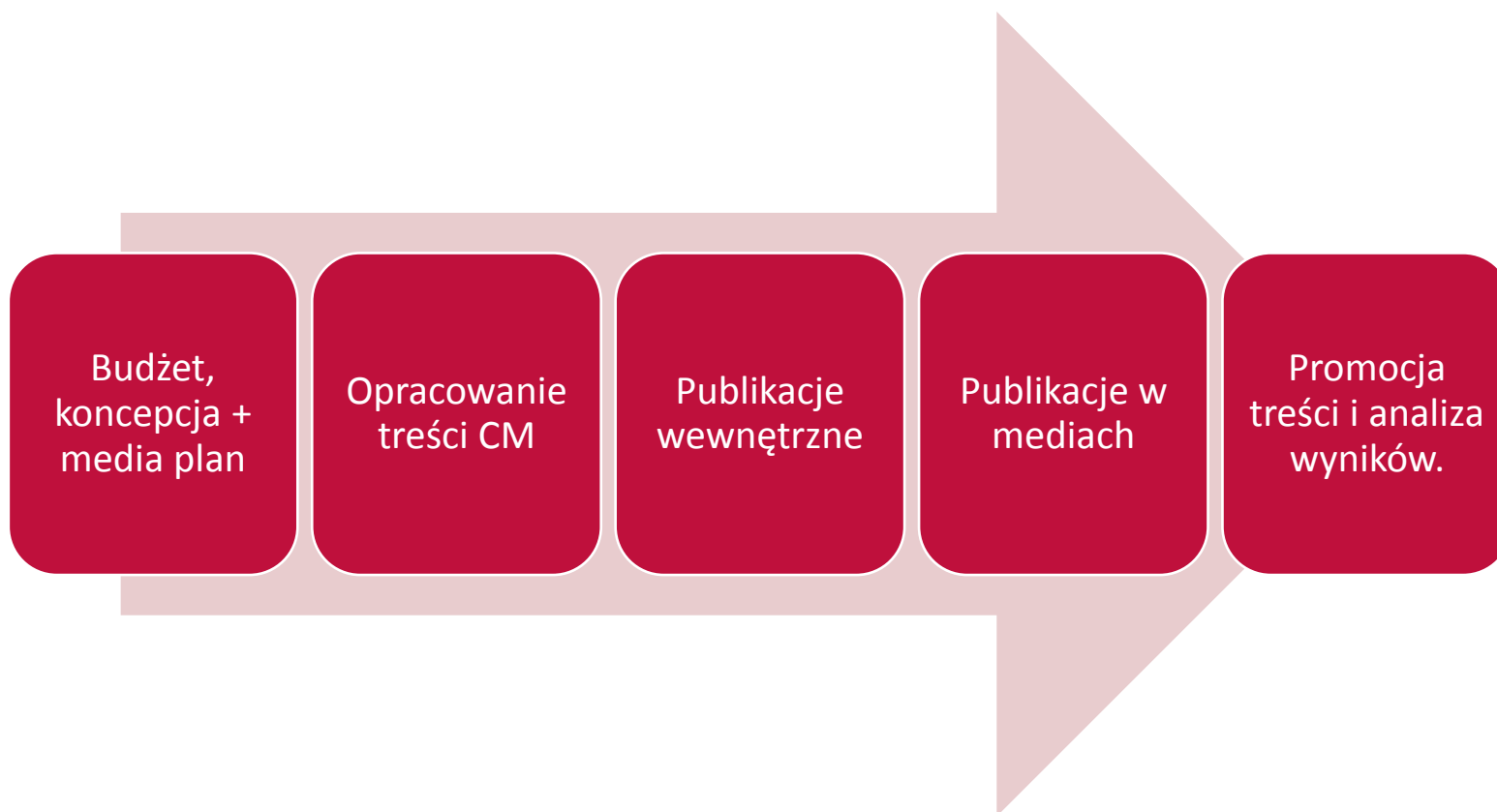
Kontekst

- Content marketing może tworzyć **kontekst** do produktów i usług. Konsumenci poszukując wartościowych informacji natrafiają na rekomendację konkretnych produktów.

SEO

- Content marketing jest **kluczem do SEO** – poprawia widoczność serwisu www w wyszukiwarkach internetowych. Cm współtworzy najważniejsze elementy SEO – buduje unikalne treści oraz wspomaga linkbuilding.

Elementy kampanii CM



Dlaczego dobra treść?

Tylko merytoryczna i atrakcyjnie podana treść wzbudza **zaufanie** i **angażuje**.

Na każdy temat można znaleźć od kilku do kilkuset opracowań w Internecie. Najlepiej zrobić to **najlepsze**.

Dlaczego inbound marketing?

Wysokiej jakości treści
niekomercyjne same
przyciągają ruch.

Nasza strona, to nasze logo,
nasze otoczenie, nasza polityka
jakości i **CTA**.

Dlaczego publikacja w mediach?

Dobre media wzbudzają duże zaufanie i to zaufanie przekłada się na **prestż i rekomendacje**.

Popularne media elektroniczne gwarantują **promocje** treści, dostarczają ruch i bezpieczne **linki**.

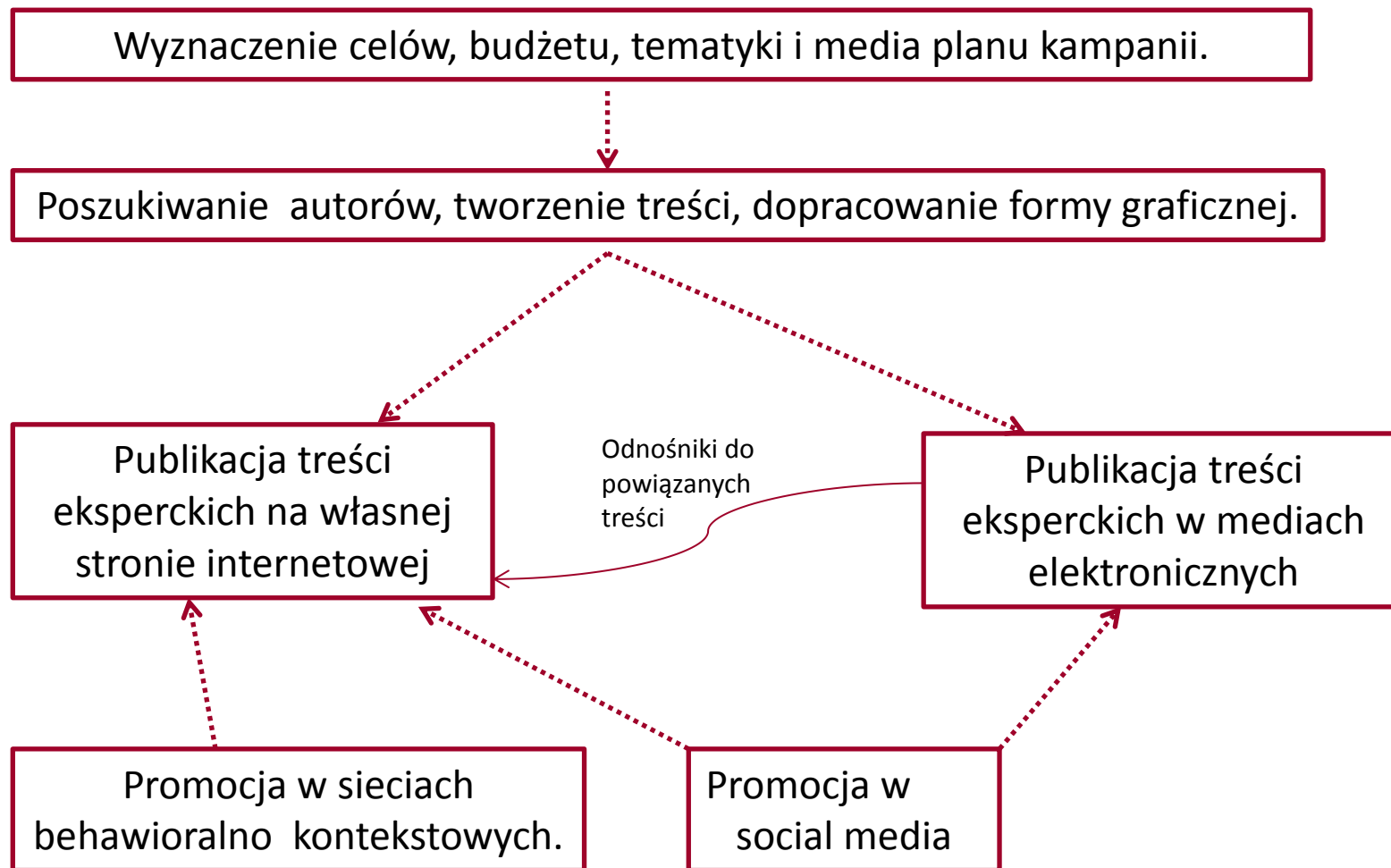
Dlaczego promocja?

Promocja treści content marketingowych jest dużo **tańsza** niż treści komercyjnych.

Atrakcyjne treści mogą liczyć na mocny **efekt wirusowy** i zaangażowanie. To radykalnie podnosi efektywność promocji.

Dlaczego content marketing

Schemat przykładowej eksperckiej kampanii CM



Efekty kampanii eksperckiej

Wysokiej jakości treści budują zaufanie do marki.

Publikacje zewnętrzne gwarantują zasięg i prestiż.

Promocja skupia się na treściach wewnętrznych, gdzie można umiejscowić CTA.

Schemat linkowania jest naturalny, a kampania przynosi efekty SEO.