

عنوان مقاله:

بازاریابی محتوا

محل انتشار:

دومین اولین کنگره سراسری تحول و نوآوری در علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 4

نویسنده:

بهاره بهدادمنش - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی بازاریابی و صادرات

خلاصه مقاله:

بازاریابی محتوا در حقیقت فرآیند تولید، انتشار، اطلاع رسانی و اشتراک گذاری محتوا است که با هدف جذب مشتری و افزایش رغبت وی به خرید و استفاده از محصول ایجاد می شود. این فرآیند برای تولید کننده محتوا در نهایت افزایش درآمد ایجاد می کند. محتوای شما برای مخاطب باید دارای ارزش باشد. هر چند که در مورد این موضوع صحبت شده، با این حال، جای تعجب است وقتی برخی از شرکتهایی که بازاریابی محتوا را انجام می دهند، به آن توجهی ندارند. هنگامی که تبلیغات، ارزش کمتری را ارائه می کنند، به راحتی نادیده گرفته و حذف می شوند. اما اگر محتوای ارائه شده دارای ارزش باشد، مخاطب را وادار به خواندن، تماشا کردن یا گوش دادن به محتوا می کند. اگر نمی دانید چطور محتوا را ارزشمند کنید، از مشتریان خود بپرسید چه نوع محتوایی برای آنان مفید است، چه زمانی که کالای شما را می شناسند و از آن استفاده می کنند و چه هنگامی که کالا یا خدمات شما را نمی شناختند و در جستجوی آن بودند. مطمئن باشید این مسیر یکی از بهترین روشها است

کلمات کلیدی:

بازاریابی، محتوا، تکامل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/656082>

