

İÇERİK PAZARLAMA TRENLERİ

brothers & sisters



İçerik Pazarlamasında Trendler

Şirketlerin %90'ı, içerik pazarlama stratejileri geliştirme konusunda halen arayışta. %10'u ise içerik pazarlamasından haberdar değil.

Markaların
orjinal içerik
arayışı
devam ediyor.

Orjinal İçerik

Dünya'daki en kıymetli şirketlerden biri sayılan Apple, geçen sene içerik pazarlamasında kullanılacak orjinal içerik üretimi için sadece 1 milyar dolar harcadı. Bu strateji doğrultusunda Netflix'i satın aldığı konuşuluyor

brothers & sisters

Aynı şekilde Google'ın da bir çok firma ve medya ajansı ile görüşmelerine halen devam ediyor, amaçları en doğru içeriği ve stratejiyi belirlemek! The Content Marketing Institute'un sunduğu rapora göre B2B pazarlama yapanların %83'ü içerik pazarlaması üzerine bir stratejiye sahip. İçerik pazarlaması yapanların ise %70'i her sene bir önceki seneden daha fazla içerik oluşturuyor. Fakat Hubspot'ın araştırması, bu stratejilerin sadece %9'unun iyi birer strateji olduğunu söylüyor. İyi bir içerik stratejisinin olmazsa olmazları ise tutarlı, orjinal ve bağlılık yaratıcı olmaktan geçiyor.



brothers & sisters



Johnson & Johnson'ın
içerik üretimi için
oluşturduğu
babycenter.com, tüm
pazarlama ekibinin
giderlerini karşılıyor!

KAR MERKEZİ OLARAK PAZARLAMA

Johnson & Johnson, babycenter.com içeriği ile anne olmak isteyenlerden, anne adaylarına ve yenidoğan çocuk sahiplerine hitap ediyor.

İlk başta bir mikro site olarak kurulmuş olsa da şu anda annelerin ve anne adaylarının tüm ihtiyaçlarını temin edecekleri bir e-ticaret sitesi olarak faaliyet gösteriyor. Hatta Johnson & Johnson'ın pazarlama ekibi, kendi ürettikleri siteden elde ettikleri karla tüm giderlerini karşılıyorlar.

Bu sebeple orjinal içeriğin çok boyutlu olarak düşünülmesi, sadece anı değil uzun soluklu olarak ele alınması bizce de oldukça kritik!

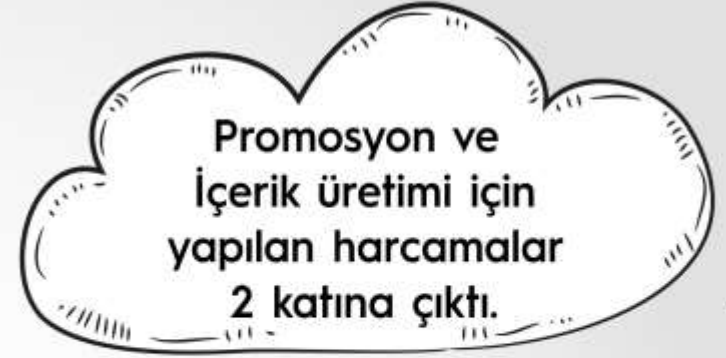
brothers & sisters

Bütçe Her Geçen Sene Artıyor

İçerik pazarlamasına ayrılan bütçeler her yıl kademeli olarak artmakta. Bu alana en çok yatırım yapan ülkeler ise Amerika ve Asya Pasifik ülkeleri.

Bu bir yandan muhteşem bir haber olsa da bir yandan da kötü... Oldukça büyük bir teknoloji şirketinin yöneticilerinin de dediği gibi promosyon ve içerik üretimi için 2016'ya göre bütçelerini 2 katı artırmış olsalar da bu yatırımların çoğu ne yazık ki birbirinden farklı hareket eden projelere aktarılmış durumda. Bu projelerde de kullanılan mecralar genelde 6 ay kadar süren video serilerinden ve geleneksel medya kullanımının dışına pek çıkmıyor.

Bize göre ise içerik pazarlamasında sahiplenilen konu hedef kitleyi 360 derece kapsamalı! Sürükleyici ve uzun soluklu olmalı... Pazarlama ve iletişim yönetiminde her zaman konuştuğumuz gibi tek kurşunluk olmamalı. Hedef kitle nezdinde de yaratılan içerik firma tarafından her noktada sahiplenilmeye devam edilmeli!



brothers & sisters

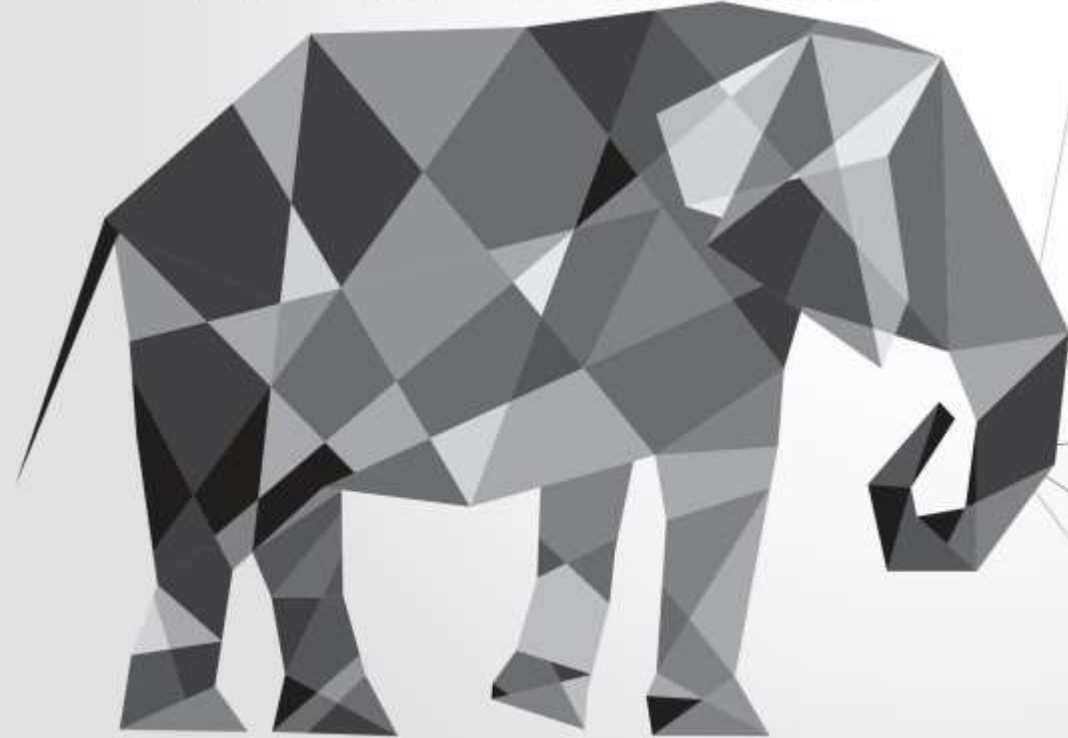


Fillerin Savaşı

2017 yılı başında içerik yönetimi konusunda çalışmaya başlayan bir şirketin gerçek hikayesi:

Büyük bir heyecan içinde içerik yönetimi ajansı ile çalışmaya başlarlar. Orjinal içeriği bulma konusunda aylarca uğraşırlar. Şirket sahipleri de bu konuya oldukça odaklanmışlardır. Hemen yeni bir ekip kurulmasına karar verilir! Sonrasında ise fillerin savaşı başlar! Çünkü mevcutta çalışan pazarlama ekibi, sosyal medyacı ve kurumsal içerik departmanı bu yeni içerik pazarlamacılar ile işbirliği içerisine giremezler. Sonunda da büyük bir heyecanla başlayan strateji ne yazık ki rafa kalkar!

Tam da bu sebeptendir ki içerik pazarlama konusunda çalışacak her şirket, içerik ve onun etki alanlarını iyi hesaplamalı, her noktada güvenebilecekleri ajanslar ile çalışmalıdır!



brothers & sisters

İçerik
Pazarlaması = 4 kat fazla
ROI

Sonuç Olarak...

Kraft Pazarlama Genel Müdürü Julie Fleischer'a göre geleneksel pazarlamaya oranla içerik pazarlamasının ROI'si 4 katı daha fazla!

Tek ajansla çalıştığınız için tek brief ile tüm mecralarda yaratılan içeriğin yayılımı sağlarsınız. Bu sayede 3. partilere fazladan emek, zaman ve para harcamazsınız!

brothers & sisters

İyi bir iş ortağına mı ihtiyacınız var ?

Biz hep buradayız!

brothers & sisters

