

Docente
LAURA BERTUGLIA

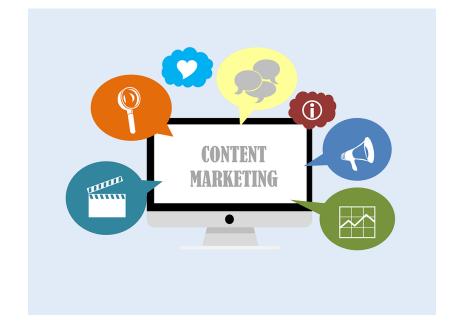
CONTENT MARKETING: CONCETTI BASE / LEZIONE 1



Secondo la definizione del **CONTENT MARKETING INSTITUTE**

"Il content marketing è una tecnica di marketing volta a creare e distribuire contenuti rilevanti e di valore per attrarre, acquisire e coinvolgere una target audience ben definita e circoscritta, con l'obiettivo di guidare l'utilizzatore a compiere azioni volte all'aumento del profitto".

- Attraverso il content marketing si creano contenuti per valorizzare un marchio o un prodotto/servizio.
- Queste tecniche orientano il processo di acquisto degli utenti, che diventano così potenziali clienti.



- Il content marketing mira ad attrarre l'utente senza imporgli il prodotto o il servizio, lo coinvolge con informazioni che generano in lui interesse intorno a un argomento.
- Se l'utente è attratto da contenuti di qualità, visita regolarmente la pagina ed è invogliato ad acquistare il servizio e a fidelizzarsi con il marchio.





- ✓ Il Content Marketing è diventato una strategia di marketing necessaria per le aziende in quanto i contenuti di qualità sono capaci di spiegare, informare, intrattenere e divertire gli utenti.
- Aumentare i contatti per generare potenziali clienti e quindi il fatturato aziendale, fidelizza gli utenti per poi trasformarli in promotori spontanei del proprio brand.

Il Content Marketing serve alle aziende per:

- RELAZIONARSI E INFORMARE

 attraverso contenuti digitali in grado di offrire
 un valore aggiunto agli utenti.
- per i lettori, al fine di farli diventare potenziali clienti.



- ➤ Il Content Marketing utilizza vari format multimediali come testi, fotografie, video, audio, presentazioni e infografiche per raccontare un brand o un servizio.
- Questi contenuti possono essere visti su vari dispositivi come computer, smartphone o tablet e distribuiti attraverso piattaforme e canali social.
- È una forma di **marketing descrittivo** che fornisce informazioni utili agli utenti che in quel momento le stanno cercando, vuole persuadere i clienti in maniera delicata, avvicinandoli gradualmente al potenziale acquisto.

MARKETING TRADIZIONALE

- Il marketing tradizionale si basa su un processo di pianificazione e analisi di dati e decisioni sul prodotto, sul prezzo e la promozione e tiene conto del cliente solo come obiettivo finale.
- I suoi canali sono spot televisivi e radiofonici, giornali, riviste, brochure, banner, mailing diretto, volantini.

CONTENT MARKETING

- Nel Content Marketing il cliente è al centro della strategia, può dialogare e interagire con il marchio, chiedere e ottenere informazioni utili e la sua soddisfazione è alla base.
- I suoi canali sono social media, newsletter, articoli su siti web, blog, infografiche, video, webinar, e-book, podcast.

MARKETING TRADIZIONALE

Il marketing tradizionale parla del prodotto, cercando di convincere l'utente subito all'acquisto, attraverso uno stesso messaggio che dura diversi mesi e progettato per arrivare ad un vasto pubblico, con contenuti difficilmente condivisibili.

CONTENT MARKETING

Il Content Marketing diffonde contenuti interessanti e dinamici, orientati ad un target ben definito, che viene informato e intrattenuto in modo che sia esso stesso a condividere questi contenuti. Mira a guadagnarsi la fiducia del suo pubblico a lungo termine.



Il content marketing rappresenta il presente e il futuro del marketing per le aziende e i privati, perché catturando l'attenzione dell'utente, aiuta il brand o il prodotto stesso a valorizzarsi e ad essere quindi acquistato, visto che i clienti non si stancheranno mai di ricevere informazioni utili e contenuti di qualità su quello che gli serve.