

Маркетинг чрез съдържание

През 2016г. BBC проведе международно изследване, обхващащо 5153 интернет потребители от Австралия, Хонг Конг, Сингапур, САЩ, Канада и Германия (Science on engagement). Прогнозите им, че контент маркетинга ще доведе до 25% увеличение на маркетинговите бюджети и през 2018г. ще достигне инвестиции от 21 млрд. долара. Основната цел на проучването е изследване на ефекта от самото съдържание на съзнателно и подсъзнателно ниво. В партньорство с Crowd emotion, софтуер за анализ на емоциите чрез наблюдение на лицето, те анализират подсъзнателните реакции на хора гледащи брендирано съдържание.

Резултатите от проучването показват, че потребителите са по-ангажирани със съдържанието, когато **бранда е ясно обозначен**. При липсата на ясен бранд, който стои зад съдържанието, потребителите имат чувството, че нещо не е наред, изпитват чувство на страх и се отчита високо ниво на отхвърляне. 2/3 от хората се чувстват добре да четат/ разглеждат съдържание, когато е ясно кой рекламодател/бранд го представя и той е обозначен.

За да бъде ефективно **съдържанието трябва да отговаря на качеството на средата**, в която е поставено. 63% от хората приемат положително брендираното съдържание, когато то е на същото ниво, като средата, в която е разположено. Когато това условие е изпълнено то се възприема, като информативно (59%) и интересно (54%), допълващо редакционното съдържание (54%) и повече от половината биха го споделили (57%). Това рефлектира в промяна в позитивна на отношението към бранда при 3 от 5 участници.

Чрез контент маркетинга, ние се **свързваме с потребителя на емоционално подсъзнателно ниво**. Качествено създаденото и открито брендирано съдържание, дава резултат в 14% увеличение на имплицитната позитивност към бранда, само след първата среща на потребителя с него, и до 77% на съзнателно ниво. С 14% се е увеличил броя на потребителите, които биха препоръчали бранда, след като са видели съдържанието, а с 16% на тези, които ще го обмислят покупка.

Интегрирането на бранда в сюжета повлиява още по-силно върху ефекта за рекламодателя, като увеличава емоционалната връзка, когато това съдържание е качествено съчетано и забавлява, информира или образува потребителя. Интегрирането на бранда в съдържанието на качествени медии, ползващи се с високо доверие, повлиява на подсъзнателно ниво, като препоръка от приятел или роднина, която не поставяме под съмнение. Този подход позволява да се увеличи броят на потребителите, които биха препоръчали бранда с 21%, а на тези които ще обмислят покупка с 20%. Интегрирането на бранда в съдържанието ще бъде още по-ефективно, ако се комбинира с традиционните форми на реклама, поставени около съдържанието, като например банери или уолпейпър.

При втората вълна, резултатите, от която все още не се представени в своята цялост, един от основните изводи е, че най-ефективната форма за контент маркетинг е видеото. Ако използваме видео в нашата кампания увеличаваме 4 пъти броя на хората обмислящи покупка, в сравнение ако не сме включили видео в плана си. Видеото също така е 5 пъти по ефективно за имиджа на бранда.

Несъмнено онлайн видео съдържанието се превръща във все по-важен комуникационен инструмент в световен мащаб, като тази тенденция не подминава и България.

Големите компании залагат все по-голяма част от инвестициите си в онлайн присъствие, като постепенно увеличават дела на видеото. Но за да бъде максимално ефективно имаме нужда създаване на съдържание специално за онлайн. Съдържанието трябва бъде поднесено по начин подходящ за този канал – интересно, полезно, кратко и точно. Видеото, което ползвано за офлайн каналите не дава същите резултати в онлайн.

Като обобщение можем да изведем 5 основни принципа за контент маркетинга.

- 1) Бъдете открити и образовайте потребителите.
- 2) Създавайте съдържание, което е на нивото на редакционното.
- 3) Бъдете наясно какво се опитвате да постигнете чрез вашето съдържание и как емоционалната връзка с потребителя ще помогне за постигането на целта.
- 4) Интегрирането на бранда в сюжета и подкрепата с традиционни рекламни форми ще доведе до още по-добри резултати.
- 5) Включването със съдържание в премиум среда, издатели ползващи се с високо доверие, придава на вашето съдържание надеждност.

www.piero97.com