

PERCHÉ?

Content is King (Steve Jobs).
Il contenuto è fondamentale.

In tempi di web marketing il contenuto ha acquisito sempre maggiore importanza, tanto da meritarsi una definizione ad hoc: content marketing.

LINK UTILI

→ www.rateservizi.it

→ www.iatfglobaloversight.org

COS'È, ESATTAMENTE IL CONTENT MARKETING E A CHE COSA SERVE?

Di fatto il Content Marketing è la creazione e la condivisione di contenuti creati con l'intento di acquisire e mantenere i clienti. Il suo scopo, quindi, non è direttamente vendere quanto, piuttosto, informare il cliente e stabilire con lui una relazione duratura e fruttuosa.

Ci sono diversi tipi di contenuti: articoli, video, infografiche, webinar, seminari ecc. Ognuno andrà poi a prediligere la tipologia di contenuto che lo mette più a proprio agio e che sia, allo stesso tempo, di maggior impatto sul proprio target.

Quest'ultimo non è (più) in cerca di spot ammiccanti, volantini, cartelloni: vuole entrare in contatto con l'azienda in modo diverso, cerca una conversazione, un contatto, un'esperienza.

Il content marketing fa proprio questo: attrae il pubblico e lo lega al tuo brand, prodotto, servizio.

La dimensione dell'azienda non è importante: il content marketing non ha bisogno dei grandi budget della pubblicità tradizionale.

Attenzione! Non stiamo dicendo che questo tipo di attività sia a costo zero o necessariamente low cost: anche qui il budget stanziato contribuisce alla riuscita di una campagna o alla qualità dei contenuti prodotti. Sicuramente, però, ci sono meno limiti e con una buona strategia, si possono raggiungere risultati decisamente degni di nota.

Ci sono tre macrotipi di contenuti che possiamo utilizzare per creare la nostra campagna di content marketing:

- Contenuti che ispirano
- Contenuti che educano
- Contenuti che intrattengono

Per ispirare il tuo pubblico puoi usare le citazioni o le frasi motivazionali, possibilmente in linea con la tua attività e i tuoi valori. Se scegli questo tipo di contenuto, dedica magari più tempo alla ricerca di frasi e citazioni meno note: l'interesse del tuo pubblico sarà senz'altro maggiore.

Le frasi motivazionali, però, non sono l'unico modo per ispirare il tuo target. Un altro strumento potente per farlo sono le storie. Lasciatevi ispirare dalla vostra azienda, dalle persone che ci lavorano, dalla vostra storia personale o dai desideri del vostro target, quelli a cui voi, con la vostra attività, andate incontro o realizzate.

I contenuti educativi (attraverso una newsletter, per esempio, o un webinar) sono fondamentali: contribuiscono ad accrescere la tua autorevolezza sul mercato, sono utili perché danno risposte ai dubbi e alle domande dei tuoi clienti o potenziali tali, ci permettono di far percepire in modo tangibile il nostro valore e la nostra competenza.



Intrattenere il pubblico non significa creare contenuti comici, ma che facciano sorridere mentre comunicano. Pensiamo all'ironia di Taffo, per esempio. Questo tipo di contenuti ci permettono di associare un sentimento positivo al nostro brand creando delle connessioni più amichevoli.

Ricordiamo sempre che, qualunque siano i contenuti che scegliamo di produrre, devono sempre essere pensati per il nostro target e in linea con i nostri valori e il Tone of Voice del nostro brand.

Hai bisogno di una consulenza per la tua strategia di content marketing?
[#chiediloarateservizi](#)

