



Чек-лист по созданию на сайте эффективного контента - маркетинга

В настоящее время контент-маркетинг - новая маркетинговая панацея, в сторону которой активно развиваются все мировые бренды. Казалось бы, все просто: контент на Вашем сайте - демонстрирует вас аудитории в качестве отличного партнера для бизнес-сотрудничества, а аудитория получает удовольствие от взаимодействия с вашим контентом. Вот только реализовать это на практике достаточно сложно. Поэтому мы подготовили для вас чек-лист, который поможет двигаться в правильном направлении при построении стратегии контент-маркетинга.

Не стройте свой дом на арендованной земле

Вы можете абсолютно спокойно использовать социальные сети, чтобы развивать отношения с клиентами и получить обратную связь о своем контенте. Но строить весь бизнес там - это опасная ошибка, которая может в конечном итоге стоить вам часов, а то и нескольких лет проделанной работы.

Обработывайте интересы аудитории

Писать стоит о том, что привлекает вашу целевую аудиторию, а не про вещи, которые вам кажутся интересными. Если у вас новый сайт и вы не знаете, что привлекает аудиторию, начните с постов о своих убеждениях и принципах. Подумайте: что вы хотели бы, чтобы знала аудитория о вас, и напишите об этом.

Сделайте ваш контент стоящим того, чтобы его читали

Пост должен иметь притягивающий заголовок, а статья уделять внимание проблемам читателей и предлагать определенное решение. Немаловажным является его правильное форматирование и содержание развлекательного контента для широкого круга читателей.

Обеспечьте безопасную среду для вашего контента

Если ваш сайт, где вы размещаете контент, постоянно взламывают, это может существенно вам навредить. Убедитесь, что ваш веб-хостинг серьезно занимается вопросами безопасности, а также используйте современное и надежное программное

обеспечение для вашего сайта.

- Окружающая среда места, где вы размещаете свой контент, должна быть соответствующей

Даже если ваш контент может быть настолько потрясающим, что может заставить заплакать и проникнуться самого сурового человека, читатель не вернется к вам еще раз, если вы поместите его на сайт с загроможденным, неаккуратным и любительским дизайном.

- Создавайте контент, который будет привлекать широкую аудиторию

Если ваш контент помог вам построить прочные отношения с вашими читателями, они станут вашими клиентами. Почувствовав себя уверенно, можете постепенно расширять свою целевую аудиторию.

- Создайте базу e-mail рассылки

Контент на общедоступном сайте (или блоге) может стать фантастическим инструментом для того чтобы зацепить внимание аудитории, но для углубления отношений с ней - ничто не работает лучше, чем электронная почта.

- Не кружите слишком долго вокруг да около, чтобы сделать конкретное предложение аудитории

Призывы к действиям должны быть ясными. Не стоит слишком «кудряво» выстраивать ваше предложение из страха, что это вызовет негатив. Но убедитесь, что вы предлагаете то, что хотите продать тем, кому это на самом деле нужно.

- Если у вас есть о чем поговорить, используйте социальные медиа

Не бегите вперед паровоза и не спешите прибегать к применению социальных медиа прежде, чем вы не будете уверены во всех предыдущих пунктах. Будьте последовательны, и заложенная база будет служить вам ещё много лет, принося хорошие плоды для дальнейшей деятельности.

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?