

Besramna samopromocija - za i protiv -



Vladimir Cerić

HUGE Media



@vladaceric #pitajters

PITAJTE.RS

Ko sam ja i zašto sam ja ovde?



15 godina iskustva u kreiranju sadržaja

Preko 300 objavljenih članaka u stručnim časopisima

Radio u odeljenjima korporativnih komunikacija globalnih kompanija
Microsoft i Siemens

Od 2011. konsultant za content marketing i kreator sadržaja

Autor najviše objavljenih pisanih i video studija slučaja za Microsoft u regionu

Više na <https://rs.linkedin.com/in/vladimirceric>

Zašto baš content marketing?



Zahvaljujući Internetu i društvenim mrežama, danas preko 3/4 kupaca prođe veći deo prodajnog ciklusa bez kontakta sa prodavcem

Neophodno je uspostaviti odnos poverenja između kupca i prodavca

Kvalitetan sadržaj skraćuje prodajni ciklus (i do 30%) i praktično vrši pred-kvalifikaciju lead-ova

Forme kvalitetnog (i korisnog) sadržaja

Blog postovi

Prezentacije

Studije slučaja

eBooks

Video

Webinari

Whitepapers

Istraživanja i izveštaji

Infografici

Šta su studije slučaja i čemu služe?



9 od 10 osoba traži podatke o proizvodima i recenzije tih proizvoda od strane stručnih izvora i drugih kupaca, prvenstveno na društvenim mrežama, pre nego što donese odluku o kupovini

(Local Consumer Review Survey, BrightLocal, 2014)

Šta su studije slučaja i čemu služe?



63% stručnjaka za marketing u Velikoj Britaniji
smatra da su studije slučaja efektivna
marketinška taktika

(Content Marketing in the UK, CMI, 2015)

Šta su studije slučaja i čemu služe?



Konkretan primer: firma SAGA iz Beograda je zahvaljujući video studiji slučaja koju je uradio Microsoft i postavio je na svom globalnom portalu prodala svoje rešenje u Venecueli

Kako uspešno iskoristiti studije slučaja?



Kvalitetan sadržaj koji privlači posetioce
Korišćenje na svim dostupnim kanalima

Društvene mreže

Blog

Saopštenja za medije

Pozitivno utiču na SEO rezultate

Kako napraviti dobar sadržaj?

Pišite onako kako publika čita, a ne kako vi
smatrate da je važno

Pustite druge da pričaju o vama i vašem radu ili proizvodu,
besramna samopromocija je za nesigurne i
one koji žele nešto da sakriju

Slika govori više od hiljadu reči, dobar infografik više
od hiljadu slika, a tek pokretna slika...

Kako napraviti dobar sadržaj?



Koristite samo one komunikacione kanale koji imaju smisla, ne i one koji su „in“

Nemojte prihvatati sve savete „mudraca“ sa Interneta zdravo za gotovo, mislite svojom glavom, pa makar i pogrešno

Spremite pitanja!

