

# КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

## Классическая реклама перестает работать – это факт

В мире наполненном информацией, люди попросту отфильтровывают рекламу, предпочитая тратить время на что-то более интересное и полезное конкретно для них.



Задача маркетолога – рассказать о своем продукте так, чтобы пользователю было интересно и он получил пользу.

Именно поэтому все более эффективным становится такой подход как контент-маркетинг: продвижение бизнеса посредством по-настоящему классного контента!

Тренинг построен по принципу «Четко. Пошагово» и состоит из набора готовых алгоритмов создания и продвижения контента.

Тренинг Дамира Халилова «Контент-маркетинг» основан на 17-летнем разностороннем опыте работы с контентом. В частности, Дамир работает с контентом в следующих форматах:

Как руководитель агентства – агентство Дамира GreenPR



разрабатывает и внедряет стратегии контент-маркетинга для таких брендов как Сколково, Coral Travel, Александринский Театр, KFC и десятков других.

Как автор контента – каждый месяц его публикации собирают десятки тысяч ре-публикаций, дают сотни B2B-продаж, его трансляции собирают десятки тысяч просмотров.

Как писатель – Дамир автор двух книг, суммарным тиражом 65 000 экземпляров, первая книга Дамира, «Маркетинг в социальных сетях» в течение 3 лет держится в списке деловых бестселлеров и получила премию Рунета от Ozon.ru в номинации «Бизнес-книга года».

В рамках тренинга рассматривается более 150 примеров удачного контента.

12 комплексных кейсов.

Все основные сферы бизнеса.

## «Любое маркетинговое действие должно быть нацеленным на определенный результат».

### Основные вопросы тренинга:

- Как создавать контент, который будет сам себя продвигать?
- Как создать контент, который будет повышать лояльность к компании?
- Как продавать с помощью контент-маркетинга?
- Как внедрять промо в нерекламный контент.
- Как привлекать подписчиков на платформы компании без бюджета?
- Как считать эффективность контента в деньгах.

-ДАМИР ХАЛИЛОВ

# Программа:

## 1. Задачи контент-маркетинга:

- Нерекламные продажи;
- Персональный брендинг;
- Повышение лояльности;
- Создание узнаваемости;
- Создание экспертности;
- Сопровождение клиента в процессе всего цикла покупки;
- Популярность различных категорий контента у ЦА.

## 2. Категории контента:

- Инфографики;
  - White Paper;
  - Лонгриды;
  - Презентации;
  - Скринкасты;
  - Мастер-классы;
  - Экспертные статьи;
  - Подкасты;
  - Подборки;
  - Live-трансляции;
  - E-book;
  - MindMap;
- ... и еще 23 формата

## 3. Разработка контент-стратегии:

- Выделение ключевых задач, болей и опасений потенциального клиента;
- Определение контент-потребностей ЦА;
- Создание контент-профиля клиента;
- Ключевые сообщения для аудитории;
- Внедрение вирусных паттернов в контент;
- Внедрение промо-элемента;
- Стратегия распространения.

## 4. Создание контента:

- Особенности работы с видеоконтентом;
- Особенности работы с текстовым контентом;

- Особенности работы с графическим контентом;
- Правильная упаковка контента;
- Периодичность создания и публикации контента.

## 5. Распространение контента:

- Точки контакта с аудиторией;
- Создание сети точек контакта;
- Особенности различных платформ;
- Продвижение контента через социальные сети;
- Продвижение контента через видеохостинга;
- Продвижение контента через другие онлайн-каналы;
- Повышение охвата контента;
- Связь с оффлайн.

## 6. Оценка эффективности:

- ROI для контент-маркетинга;
- Мониторинг распространения контента;
- Ключевые KPI контент-маркетинга.