



Slik lykkes du med «content marketing»

Såkalt «content marketing» er et buzzword for tiden, med god grunn. Dypest sett ligner «content marketing» mer på relasjonsbygging og kundepleie enn på tradisjonell markedsføring. Men likefullt er det en av de beste formene for markedsføring som finnes: Det kan være vesentlig billigere enn annonsering, det har lavere terskel for involvering, og det gir sterkere tilknytning.

Hvordan gjør du det?

Basert på min erfaring de siste ti år, dels som journalist og dels som innholdsproduserende kommunikasjonsrådgiver er følgende elementer avgjørende for å lykkes med «content marketing»:

1. Skap verdi for ANDRE

For å være interessant for andre enn deg selv og moren din må innholdet ditt bidra til å løse et problem og/eller engasjere og underholde publikum. Dette er målsetningen som massemediene jobber etter, og det er målsetningen som du bør jobbe etter. Ikke snakk om deg selv eller gjør alt innholdet ditt til aktiv merkevarebygging. Lag innhold som handler om det publikum og du har felles, der du kan bidra med innsikter, tips, råd og innspill, ny kunnskap og gode historier.

2. Dedikér RESSURSER

Godt innhold skapes ikke i forbifarten. Godt innhold krever dyrekjøpt praktisk erfaring og målrettet arbeid. Godt innhold krever konsentrasjon. Godt innhold krever entusiasme og engasjement. Godt innhold krever kjennskap til publikum, empati og innlevelsesevne i deres situasjon. Godt innhold krever inngående kunnskap om saksfeltet. Godt innhold krever god formidlingsevne. Noen ganger finner du dette i én person, men som regel ikke. Godt innhold krever derfor som regel et velkomponert og velfungerende team.

3. Beregn god TID

«Content marketing» er ingen kvikkfiks for bedrifter med stramt annonsebudsjett. Der markedsføring kan sammenlignes med å sjekke opp noen for et raskt nummer kan «content marketing» sammenlignes med å bygge et langsiktig forhold tuftet på vennskap. Slikt tar tid. Ikke kvel prosessen ved å mase den fremover.

Hva er egentlig «content marketing»?

«Content marketing» representerer en alternativ rute til oppmerksomhet. Litt polemisk kan vi si at tradisjonell markedsføring handler om å dytte et budskap ned i halsen på en mer eller mindre godt definert målgruppe, som oftest ved å gjenta det så ofte at det etses seg inn i hjernen på de som eksponeres. Dette er en tilnærming som har gitt markedsføring et dårlig navn og rykte hos mange.

«Content marketing» handler om å lage innhold som engasjerer, opplyser og løser problemer for publikum, hvor oppmerksomhet om din merkevare er underordnet nytten du tilfører mottakeren.

Les mer

Nettsider: ContentMarketingInstitute.com | JoePulizzi.com

Bøker: [Get Content Get Customers](#) | [Managing Content Marketing](#)