

راهنمای بازاریابی محتوایی

راه‌های ساده برای نوآوری در رویکرد بازاریابی

نویسنده:

پلور مازوکا، کارولینا سیگورسکا و ...

مترجم:

مرتضی چرخ زرین

عنوان و نام پدیدآور: راهنمای بازاریابی محتوایی: راههای ساده برای نوآوری در رویکرد بازاریابی شما/ نویسندگان پلور مازوکا... لو دیگران؛ مترجم مرتضی چرخ زرین؛ ویراستار علمی عادل طالبی.

مشخصات نشر: تهران: برآیند، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۱۶۸ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۶۱-۳

وضعیت فهرست نویسی: فیفا

یادداشت: نویسندگان پلور مازوکا، کارولینا سیکورسکا، کریستوف زلینسکی، الیزابت بوسینو، گیسپ کاردونی، سوسانا پاولی - دیانا آروت چون جان....

یادداشت: عنوان اصلی: Content marketing handbook: simple ways to innovate your marketing approach

موضوع: بازاریابی اینترنتی

موضوع: Internet marketing

موضوع: رسانه‌های اجتماعی

موضوع: Social media

شناسه افزوده: مازوکا، پیوتر

شناسه افزوده: Maczuga, Piotr

شناسه افزوده: چرخ زرین، مرتضی، ۱۳۶۷ - مترجم

شناسه افزوده: طالبی، عادل، ۱۳۵۶ - ویراستار

شناسه افزوده: Talebi, Adel

رده بندی کنگره: ۱۲۶۵/۵۴۱ HF

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲

شماره کتابشناسی ملی: ۵۸۹۶۲۰۱

وضعیت رکورد: فیفا



آدرس: تهران، میدان فاطمی،

خیابان بیستون، کوچه دوم

پلاک ۳/۱، واحد اول غربی،

شماره پستی: ۱۴۳۱۶۵۳۷۶۵

تلفن: ۸۸۹۹۶۳۱۶

• هم‌حقوق چاپ و نشر انحصاراً

برای نشر برآیند محفوظ است.

• استفاده از بخش‌هایی از متن

کتاب، فقط برای نقد و معرفی آن

مجاز است.

راهنمای بازاریابی محتوایی

راههای ساده برای نوآوری در رویکرد بازاریابی

نویسندگان: پلور مازوکا، کارولینا سیکورسکا و ...

مترجم: مرتضی چرخ زرین

ویراستار علمی: عادل طالبی

ویراستار: اختر آقاچونی

کارشناس ترجمه: مریم حبیبی یوسفی

مدیر هنری: فرشاد رستمی

صفحه‌آرا: فاطمه محمدی

طراحی جلد: بابک قادری

ناظر چاپ: سینا برازوان

چاپ اول: ۱۴۰۰

تیراژ: ۱۰۰۰

قیمت: ۷۱۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۶۱-۳

از زمانی که بشر سخن گفتن را آغاز کرد و قصه نوشت و روایت کرد، تولید محتوا نیز آغاز شد. در این میان، آن‌ها که جذاب‌تر روایت می‌کردند، مخاطبان بیشتری داشتند. قرن‌ها گذشت و عادت دیرین آدمی به شنیدن قصه‌ها همچنان باقی ماند. اکنون نیز که بشر در مدرن‌ترین نقطه تاریخ فناوری ایستاده است، به عادت گذشتگان، روایت می‌کند و محتوا می‌سازد و این گونه خود را به دیگران می‌شناساند. شاید تصور کنید که آغاز سخن از بحث تولید محتوا و بازاریابی آن از ویژگی قصه‌گویی آدم‌ها ساده‌انگارانه باشد؛ اما این طور نیست. ذهن ما با این شیوه مأنوس است و چیزی را که در قالب داستان بیان می‌شود جذاب‌تر می‌داند و آسان‌تر درک می‌کند.

ما آموختیم که می‌توانیم از این ذهن خوگرفته به داستان بهره ببریم و کسب‌وکارمان را رونق ببخشیم. نقالان را به قهوه‌خانه‌ها آوردیم و از شیرینی بیانشان در نقل داستان‌ها استفاده کردیم تا عده بیشتری را به آنجا بکشانیم. کمی در تاریخ پیش‌تر می‌آییم. رادیو و تلویزیون که از راه رسیدند، شکل روایت‌کردنمان را تغییر دادند و حرفه‌های جدید به وجود آوردند. گام به گام تاریخ را پیمودیم تا رسیدیم به ظهور اینترنت و شکل‌گیری فضای دیجیتال. به باور من، این قسمت از تاریخ بشری نقطه عطفی است که همه چیز را دگرگون کرد. این پدیده نوظهور مانند گردباد چرخید و چرخید، پیچید و پیچید و سر تا پای همه چیز را تبدیل به باد و متحول کرد!

جالب این است که پس از رواج اینترنت و آمدن کسب‌وکارها به فضای دیجیتال، قصه‌گویی به قوت خود باقی ماند و دوباره به کمک ما آمد تا در این فضای جدید نیز مانند سابق روایت کنیم. اکنون، برای رونق کسب‌وکارهایمان، در فضای دیجیتال محتوای «ارزشمند» تولید می‌کنیم تا به اهدافمان دست یابیم. وقتی تصمیم گرفتیم محتوای ارزشمند تولید کنیم، باید استراتژی تعیین کنیم و اینجا بحث بازاریابی محتوایی آغاز می‌شود. بازاریابی محتوایی نوعی تکنیک بازاریابی است که از تولید و توزیع محتوای مناسب و ارزشمند برای ارتقای کسب‌وکارمان بهره می‌گیریم. هدف اصلی بازاریابی محتوایی، هدایت رفتار مشتریان بالقوه است.

با توضیحاتی که دادیم، آشکار است که بازاریابی محتوایی یکی از ابعاد مهم کسب‌وکارهاست. اگر استراتژی بازاریابی محتوایی به‌طور مؤثر تعیین شود بسیار اثرگذار خواهد بود. با کمک چنین استراتژی‌ای شما محتوای ارزشمند تولید می‌کنید و مخاطب و مشتریان را قدم به قدم با خود همراه می‌سازید.

تاکنون در نشر برآیند کتاب‌هایی در حوزه محتوا عرضه کرده‌ایم. این بار سراغ کتابی در حوزه بازاریابی محتوا رفته‌ایم که با معرفی تکنیک‌های ساده به ما کمک کند در رویکرد بازاریابی‌مان نوآورانه عمل کنیم. امیدواریم مانند کتاب‌های پیشین، این کتاب نیز برای‌تان کاربردی و مؤثر باشد. اگر نقدی به کار ما دارید یا پس از خواندن کتاب نکته‌ای به ذهنتان رسید، آن را با ما در میان بگذارید. باور داریم که برای پیشرفت باید نقدها را بشنویم و اشتباهات را اصلاح کنیم. منتظر پیام‌های شما گرامیان هستیم.

فهرست مطالب

فصل اول . پیشگفتار	۱۱
فصل دوم . مقدمه ای بر بازاریابی محتوایی	۱۷
فصل سوم . اهداف و مزایا و استراتژی بازاریابی محتوایی	۳۷
فصل چهارم . ابزارها و تاکتیک های بازاریابی محتوایی	۴۵
فصل پنجم . تعریف استراتژی بازاریابی محتوایی	۷۳
فصل ششم . بهترین شیوه های بین المللی استفاده از بازاریابی محتوایی	۹۳
فصل هفتم . نتایج نظرسنجی انجام شده در چهار منطقه شرکت کننده در پروژه	۱۱۳
فصل هشتم . روندهای آتی و پیش بینی ها	۱۳۹
ضمیمه	۱۴۵

www.ketab.ir