

Trendy w marketingu internetowym na rok 2018

Content is the king - hasło już nieco wyświechtane, ale wciąż bardzo prawdziwe. Marki, które są świadome, że obecność w sieci to podstawa prześcigają się w tworzeniu oryginalnych treści, które wypromują firmę i wyróżniają na tle konkurencji. Czy jednak dobry tekst to wszystko? Jaki będzie nowy, 2018 rok w content marketingu?

Wbrew pozorom dobry tekst na blogu i publikacja w mediach społecznościowych już nie wystarczy. Dzisiejszy odbiorca chce czegoś więcej. Chce poczuć nutkę emocji, impulsu, który sprawi, że zainteresuje się danym produktem. Dobra treść, artykuł stworzony zgodnie z zasadami SEO to już dzisiaj nie wszystko.

Kanały promocji - czy klasyczny blog jest już "passe"?

Jeszcze niedawno jednym z podstawowych kanałów promocji był blog. Sklep internetowy? Strona firmowa? Podpięty pod dany projekt blog branżowy" zawsze "robił dobrze" i generował ruch w interesie. Dobry content na blogu przyciągał potencjalnych klientów - sprawiał, że strona internetowa była "przychylnie" widziana przez Googla, a czytelnik zaglądający na bloga nabierał pewności, że jest to profesjonalne miejsce w sieci - wypełnione po brzegi niezbędną, przydatną, praktyczną wiedzą. Dzisiaj dobra, wartościowa treść na blogu nadal jest w cenie. Nadeszły jednak spore zmiany. Tempo życia sprawia, że nie mamy już czasu na długą lekturę. Najnowsze badania potwierdzają - przeglądając poranne newsy, artykuły na blogach największą wartość ma lead. Większość z nas robiąc reaserch informacji w sieci czyta nagłówki oraz pierwsze 500 znaków. Informacja musi mieć moc, treść musi być naprawdę wartościowa, żeby przykuła uwagę - jeśli czytelnik nie porzuci lektury po pierwszych kilku zdaniach i postanowi przeczytać dalszą część artykułu jesteśmy wygrani. Znaczący to, że mamy do czynienia z naprawdę dobrym contentem.

Wizualny, treściwy przekaz - bezpośredni kontakt z klientem

Jesteśmy wzrokowcami, chcemy szybkiej informacji i szybkiego przekazu - z tego też powodu trendy w marketingu internetowym w roku 2018 to przede wszystkim przekaz audiowizualny, materiały video:

Youtube;

Youtube to swoisty fenomen. Zmienia się marketing internetowy, zmienia się branża, materiały z Youtube wciąż cieszą się ogromną popularnością. Co więcej firm inwestuje w kanały Youtube. Wiele firm dzisiaj używa Youtube jako głównego kanału dostępu do potencjalnego klienta. Przedsiębiorcy udostępniają na firmowym Youtube najważniejsze informacje związane z działalnością firmy, sklepy internetowe przedstawiają nowe produkty w formie filmu, restauracje zachęcają do sprawdzania nowego menu... Przykłady można tu mnożyć... im więcej wyświetleń, im więcej komentarzy, tym lepiej.

vlogi;

Czy macie swoje ulubione vlogi? Na pewno tak. Ilość aktywnych vlogów w sieci nieustannie

rośnie. Specjaliści z wielu branż wykorzystują vlogi do kontaktu ze swoimi klientami. Cotygodniowe spotkania z trenerem osobistym przez vloga? Wspólne gotowanie ze znanym kucharzem? Nikogo to już nie dziwi...

transmisje na żywo przez media społecznościowe;

Wiele firm, portali informatycznych, artystów codziennie lub co kilka dni organizuje transmisje na żywo. Transmisja z ważnego wydarzenia, trening z trenerem osobistym w czasie rzeczywistym, transmisja koncertu, sztuki teatralnej.

Zainwestuj w nowatorskie rozwiązania - rzuć urok na klienta

Branża marketingu internetowego cały czas się rozwija. Rok 2018 z pewnością należy do vlogów, treści video. Nie znaczy to jednak, że klasyczny content odszedł do lamusa. Zmieniają się jednak miejsca na podium. Śledź na bieżąco nowe trendy i zmiany - inwestuj w nowatorskie formy promocji i reklamy. Google i klienci z pewnością za to podziękują.