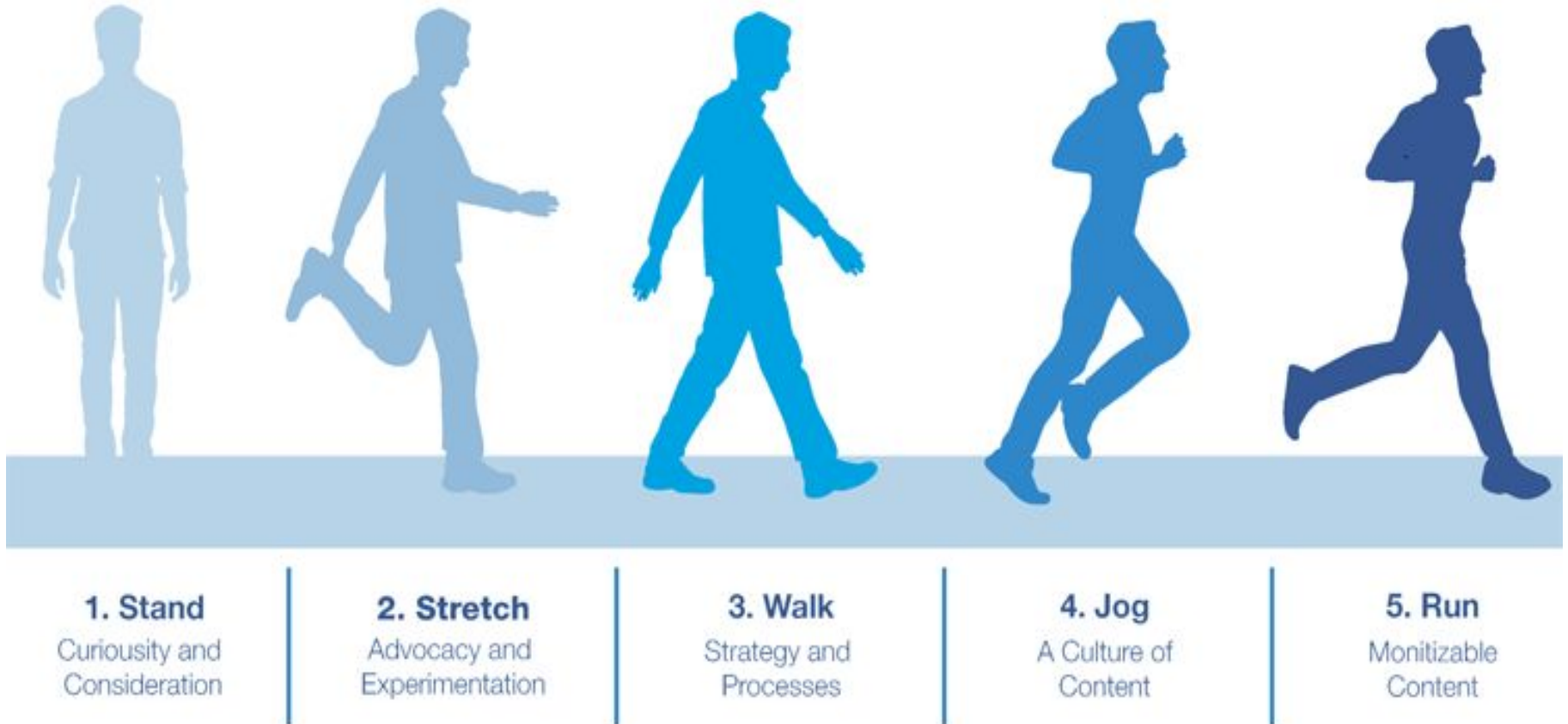


Érettek vagyunk?

Pécsi Ferenc
ContentPlus

Internet Hungary 2017

Mi a tartalommarketing-érettség?



Source: Altimeter Group

Álló helyzet

- Hagyományos marketing
- Esetleges közösségi média/blog
- Nincs a tartalomfelelős



Nyújtózkodás

- „Valami más kellene”
- Tervezés csatornánként
- Túllépés a márkaközpontú tartalmakon



Séta

- Csatornák és platformok
- Formalizált folyamatok
- Saját csapat- nagyobb projektek



Kocogás

- Erős elköteleződés
- Stratégia
- A tartalom elszakad a márkától



Futás

- A tartalommarketing áthatja az egész márkát
- A szervezet lényegében médiavállalattá válik



A CONTENT PLUS érettségi vizsgája



12 kérdés



1500 kiküldött kérdőív



145 válasz



RENGETEG tanulság

Használják-e cégénél a tartalommarketinget?

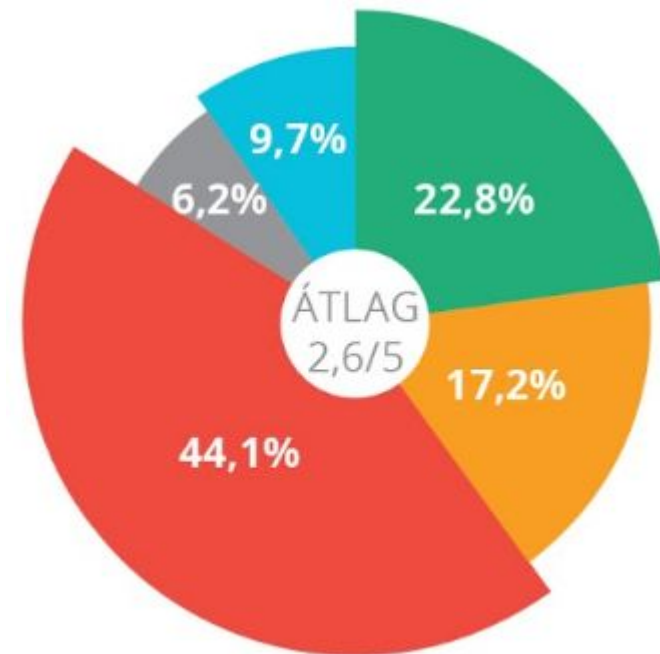
■ A hazai cégek **60 %**-a alkalmazza

a tartalommarketinget?

■ Laza értelmezés

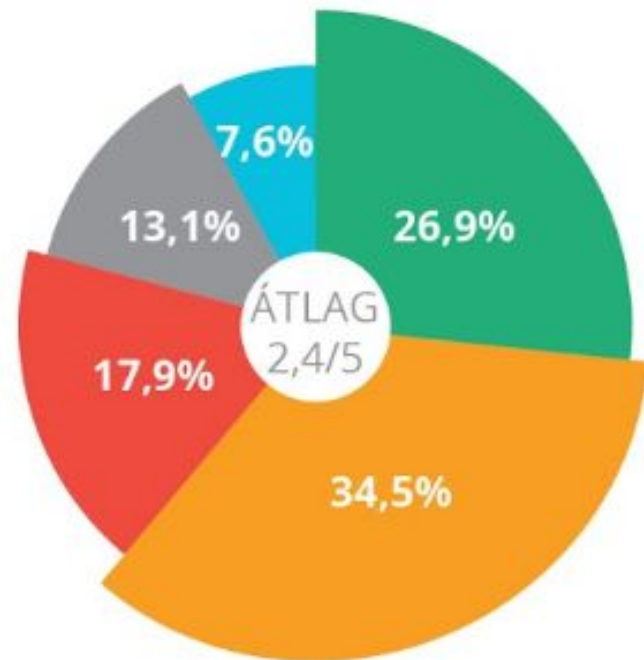
■ Túlzó önértékelés

■ Torz minta



Ki foglalkozik a tartalommarketinggel?

- **61,4 %** nem, vagy csak félkézzel foglalkozik tartalommarketinggel

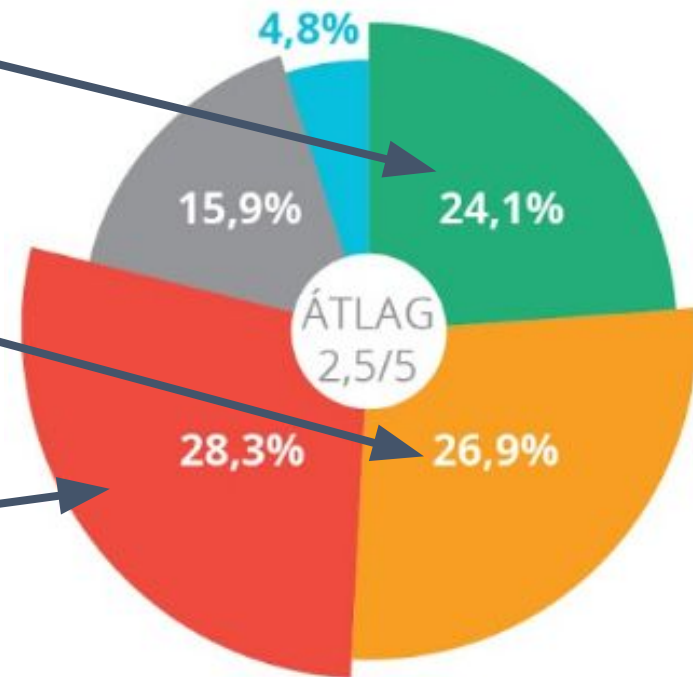


Mi a tartalommarketing célja?

■ Ad-hoc

■ Terméktámogatás

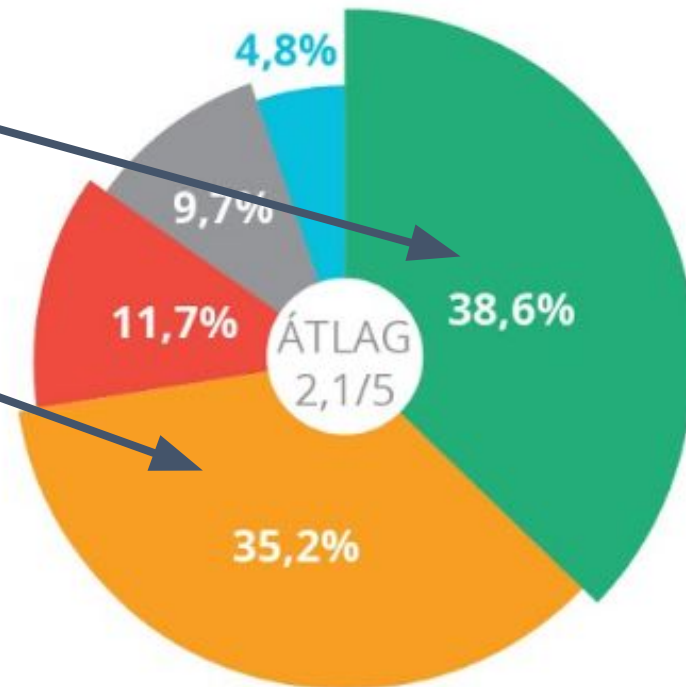
■ Kampány



Miből készül a tartalom?

■ Nincs

■ Máshonnan kell
lecsippenteni

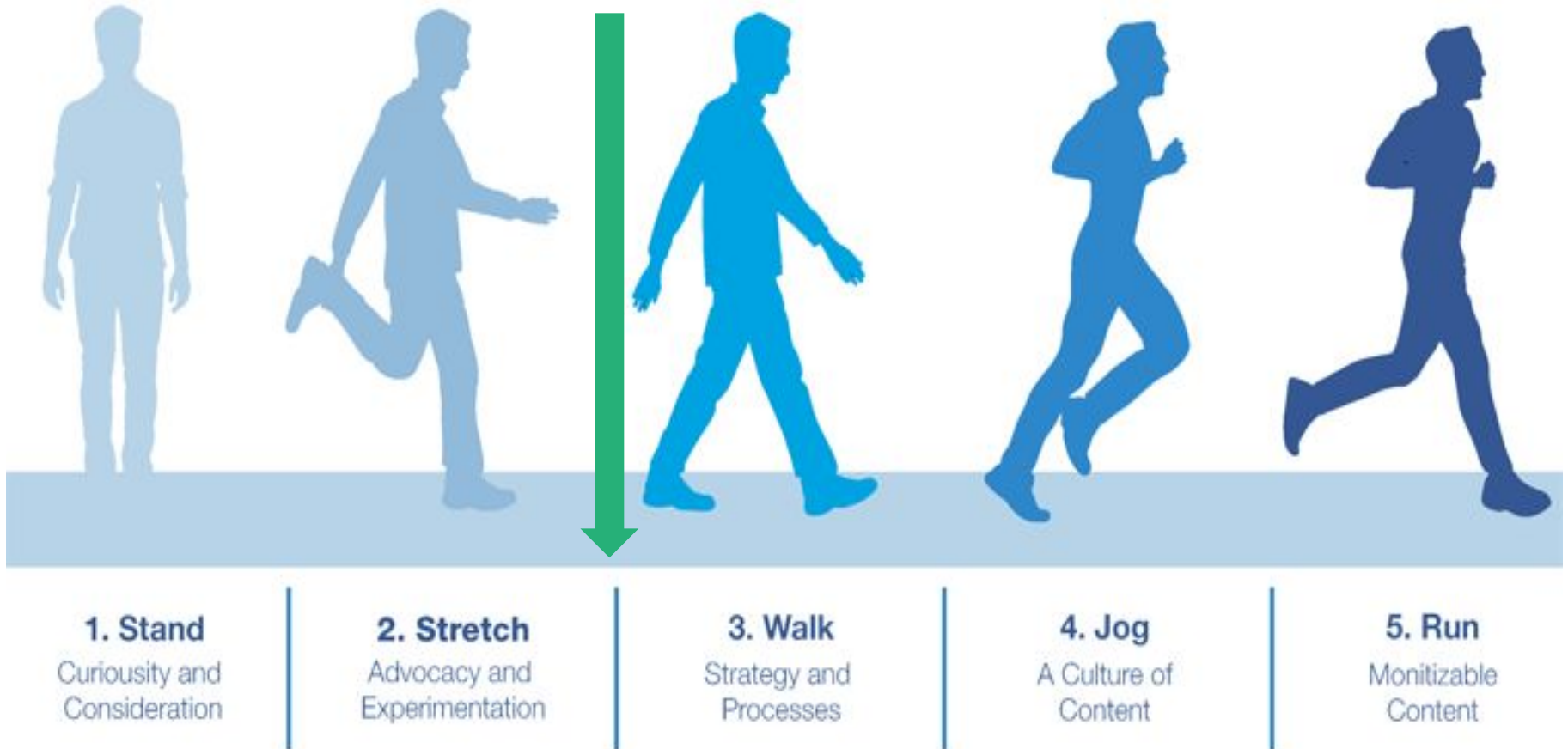


CONTENT PLUS tartalommarketing-érettségi index 2017



Kutatás: 2017. június, n=145, ContentPlus Kft. A válaszadók különböző területekre adott átlagos értékeléséből számított érték 5-ös skálán.

Hol tartunk?



Source: Altimeter Group

**Töltsd le a felmérés teljes anyagát:
bit.ly/erettseg**