

Tényleg azért fizetnek
az újságoknak, hogy
helyettük dolgozzak?





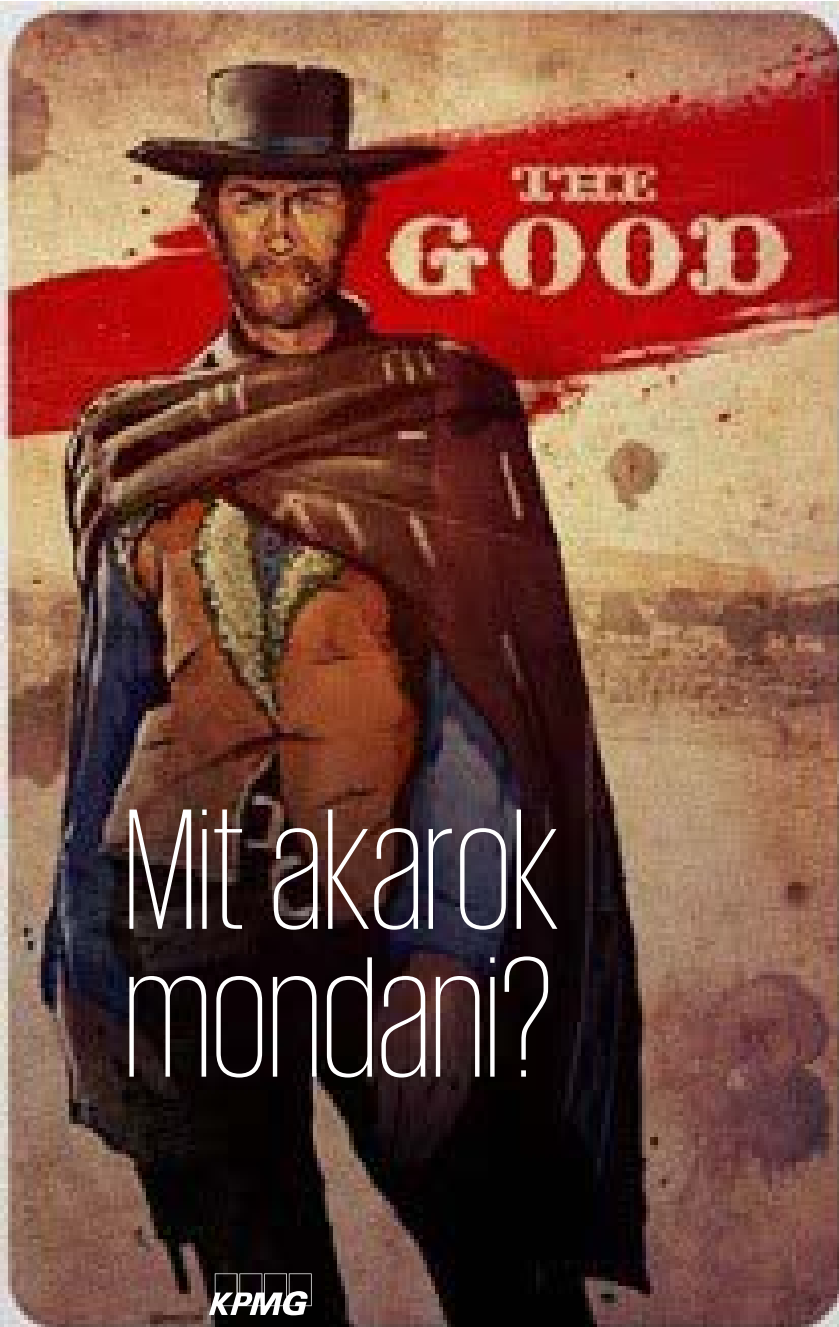
A digitális zajban nincs domináns média

A sajtó egy hangszer

Termék > Üzleti cél > Publikus narratíva >
Szakértői tartalom > Lead > Eredmény



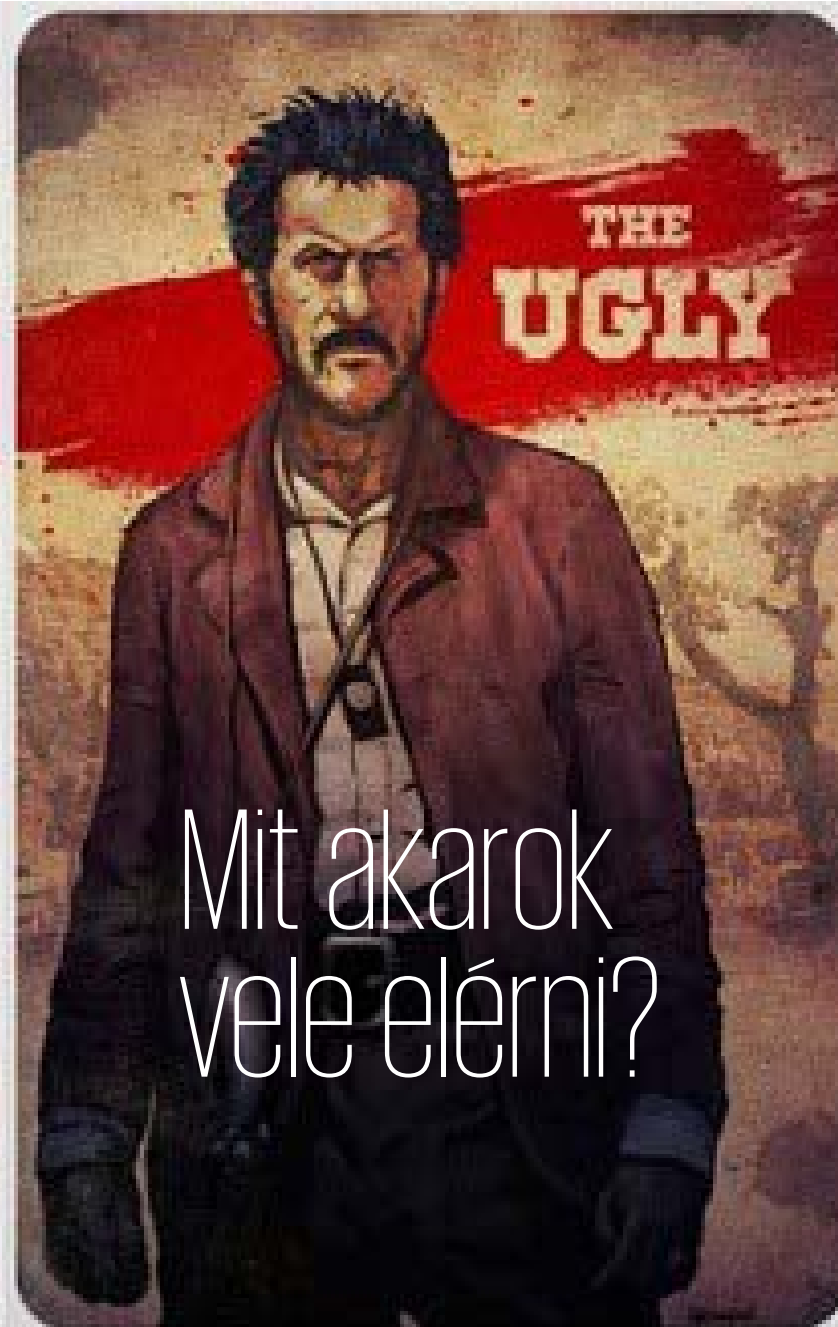
A Natív: „bennszülött tartalom”
A megrendelő érdeke a jó minőség



Mit akarok
mondani?



Kinek akarom
mondani?



Mit akarok
vele elérni?

A rossz tartalom = üzleti kockázat

A tartalomfejlesztés nem végvári feladat, hanem stratégiai befektetés



Vele vagy vele?

Inkább a rugalmas
kereskedelmi média,
mint a függetlentartalom
szabadságharcos

Kettőn áll a vásár

Nem elég a jó média, ha nincs
értelmes tartalomstratégia
Nem elég a jó tartalom, ha nem
lehet őszintén beszélni arról,
hogy ez üzlet

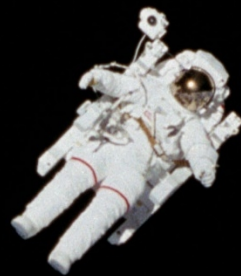
A close-up photograph of a middle-aged man with a joyful expression, his eyes squinted and mouth open in a wide smile. He is wearing a white t-shirt and a light-colored apron. In his right hand, which is protected by a grey work glove, he holds an orange and silver power tool, possibly a sander or a small grinder. The background is a bright, out-of-focus outdoor setting.

Tényleg azért fizetnek a
médiumnak, hogy
helyette dolgozhassak?

Nem a Szent Grál

Nem is való mindenkinek,
de a kiadók és vállalatok együttműködésének kulcsa





Köszí a figyelmet!

Dojcsák Dániel – KPMG – content&media strategist