

Content Marketing

MEGHALT A KIRÁLY,
ÉLJEN A KIRÁLY!

Karvalics Attila – Internet Hungary 2016.

Miért halott? Nem ismerjük, kószolgatjuk, használgatjuk, de macerás, jóvá kell hagyni, ezer fontosabb dolgunk van ennél...

A hazai KKVk 86%-a, a nem ismeri, és senkinek nincs CM stratégiája

Forrás: ArvaliCom-SzondaPhone kutatás

Az USA B2B multik 80%-nak van CM stratégiája, általában véve 72%-nak, de csak 32 vs. 30 % dokumentált

**Two percent of the people think;
three percent of the people think they think;
and ninety-five percent of the people would rather die than think.**

GB Shaw

Még ködös lehetőség, jó konferencia téma. A TV már bizonyított, abban a főnök is bíz, a médiások is ezt nyomják...

3



Nem a stratégia része, csak eszköz szinten létezik. Így nem is 4
„eladható” a CEO-nak. Kényelem...elég a bejáratott rendszer....



Eseti kampányeszköz! De akkor miben más, mint az eddigi tartalmaink?

Tehát Te is content marketinget csinálsz stratégia nélkül?

A photograph of Mr. Bean, played by Rowan Atkinson, standing on a beach. He is wearing a dark blue suit, a white shirt, and a red tie. He has his eyes closed and a slight smile on his face, looking up towards the sky. The background shows the ocean with white-capped waves breaking. In the distance, a few people can be seen swimming or surfing.

Mesélj, hogy megy?



Milyen, amikor
stratégia is van?

Real Content Marketing Strategy



De itt kezdődik, és csak akkor fog igazán működni, ha:





Mikor, mit
használjunk? Content,
natív, advertorial,
hirdetés?

Nem hirdetés

Hirdetés

**Organikus
content**

Content
(PPC
támogatta)

Natív

Advertorial

Reklám

- | | | | | |
|--|--|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Hosszútávú • SEO-barát • Kevésbé direkt a sales, de azért fontos • Legolcsóbb tud lenni • Hiteles • „PULL” • Nem garantált olvasottság • Munkaigényes | <ul style="list-style-type: none"> • Gyors • SEO-barát • Salesebb • Olcsó tud lenni • Közepesen hiteles • „PUSH-PULL” • Garantált olvasottság • Célorientált • Kiváló célzás • Fókuszált cél | <ul style="list-style-type: none"> • Gyorsan, hiteles médiában • Nem SEO-barát • Közepesen drága • Sales illat • „PUSH” • Garantált olvasottság • Érdekesebb, mint advertorial | <ul style="list-style-type: none"> • Gyorsan, hiteles médiában • Nem SEO-barát • Közepesen drága • Erős sales illat • „PUSH” • Nem garantált olvasottság • Informatívabb, mint a reklám | <ul style="list-style-type: none"> • Gyorsan bárhol • Nem SEO-barát • Drága • Sales szag • „PUSH” • Nem garantált vagy garantált • Lényeges üzenetek kiemelése |
|--|--|---|--|---|



„Éljen a Király” Kis média trend emlékeztető

THE DEMOGRAPHICS OF ADBLOCKERS

% in each group who have used an adblocker in the last month

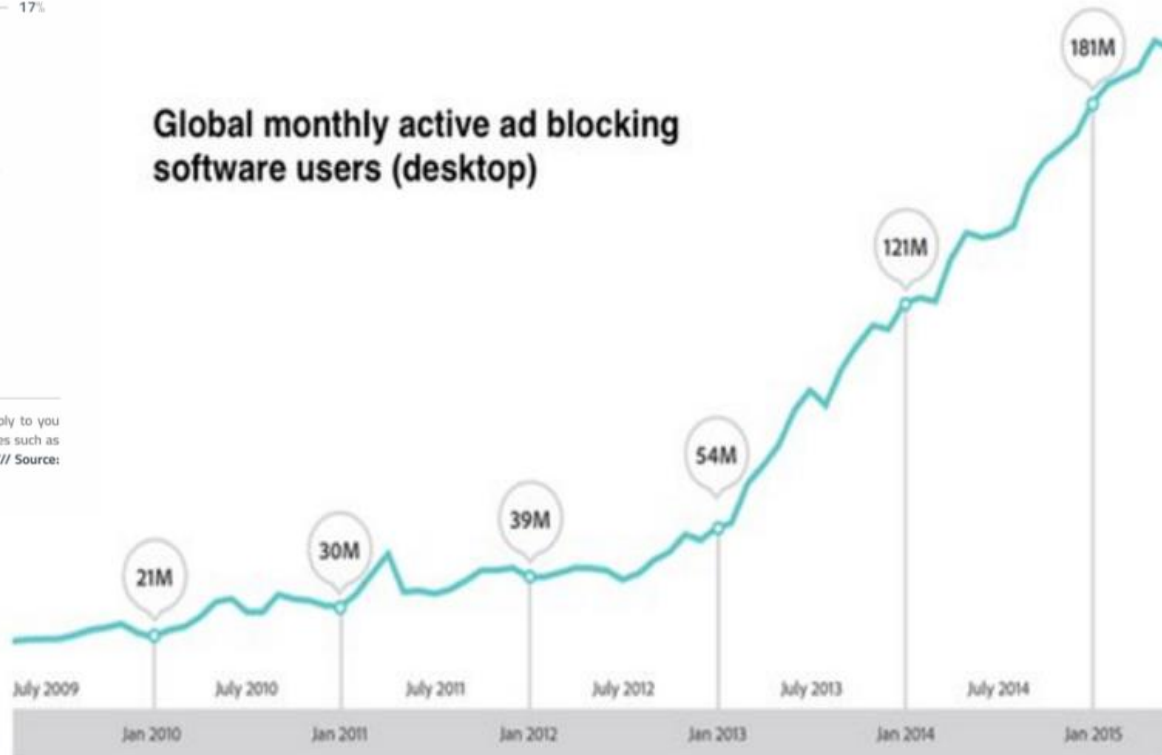


69% of adblockers worry about how their personal data is being used by companies



globalwebindex.net /// Question: Which of the following things apply to you when you access the internet from your main computer? I use services such as AdBlock to stop websites from displaying adverts when I visit them /// Source: GlobalWebIndex Q2 2015 /// Base: Internet Users aged 16-64

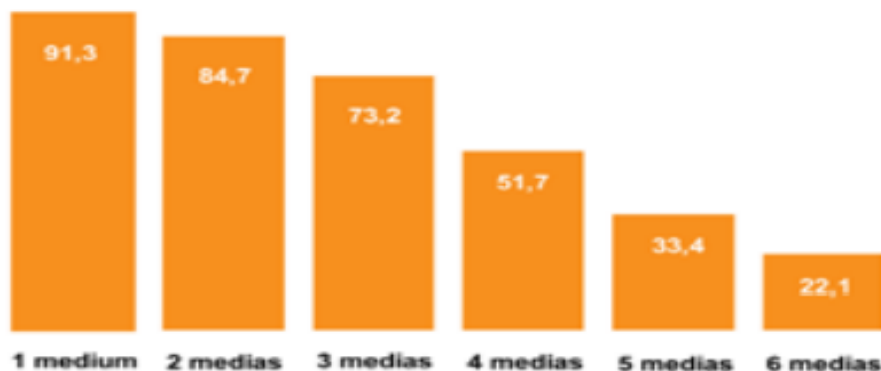
Global monthly active ad blocking software users (desktop)



Lassan senki nem nézi a „push” reklámokat, csak akik készítik

13

Avoid advertising in number of media

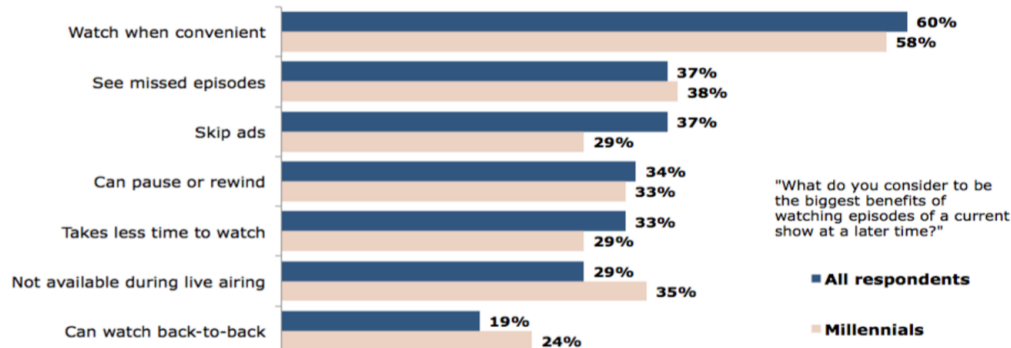


Net TV zapping ráta kb. **10%**

Top Reasons for Time-Shifting TV Shows

based on a survey of 1,210 TV consumers aged 16-74 who watch at least 5 hours of TV per week and have broadband access at home

March 2015



MarketingCharts.com | Data Source: Hub Entertainment Research

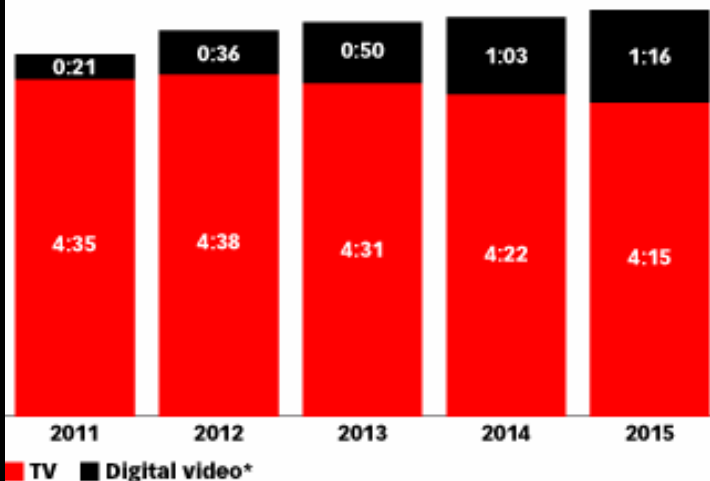


A „time shifted” TV nézés **53%**
vs. 47% real time

5 év alatt drámai átrendeződés volt a TV-social TV világában, 14 5 év múlva trendforduló! A18-24 korosztályban már lezajlott!

Time Spent per Day with Video by US Adults, by Device, 2011-2015

hrs:mins



Note: ages 18+; time spent with each medium includes all time spent with that medium, regardless of multitasking; for example, 1 hour of multitasking with digital video while watching TV is counted as 1 hour for TV and 1 hour for digital video; *includes time spent watching digital video via game console, connected TV or OTT device
Source: eMarketer, April 2015

188129

www.eMarketer.com

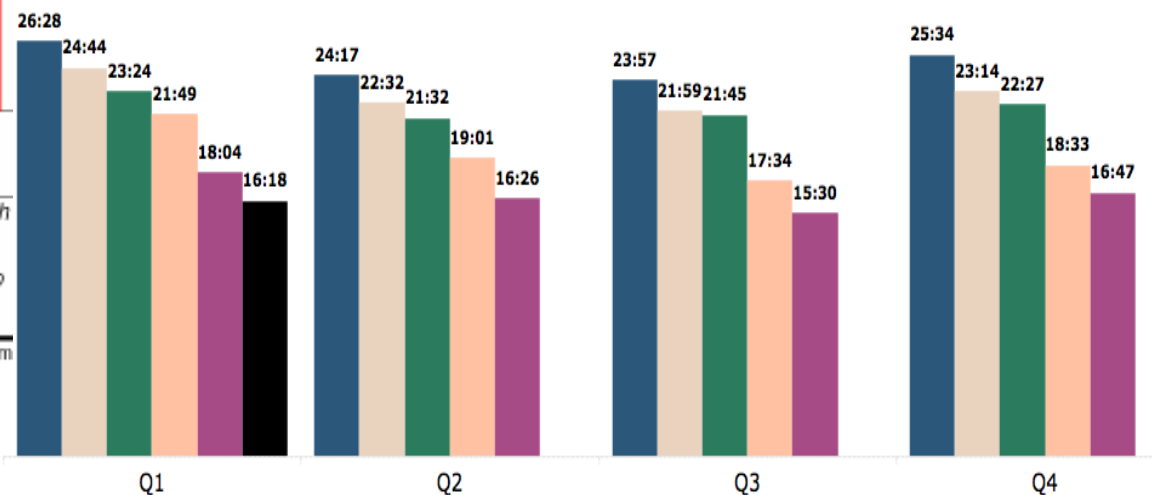


Traditional TV* Viewing Trends Among 18-24-Year-Olds

weekly time spent in hours: minutes, based on total 18-24 population

Q1 2011-Q1 2016

■ 2011 ■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015 ■ 2016



*Traditional TV refers to all live + DVR/time-shifted TV viewing during the quarter.
In Q1 2016, live viewing by 18-24-year-olds averaged 14:48 per week and DVR/time-shifted TV 1:30.

MarketingCharts.com | Data Source: MarketingCharts.com analysis of Nielsen data

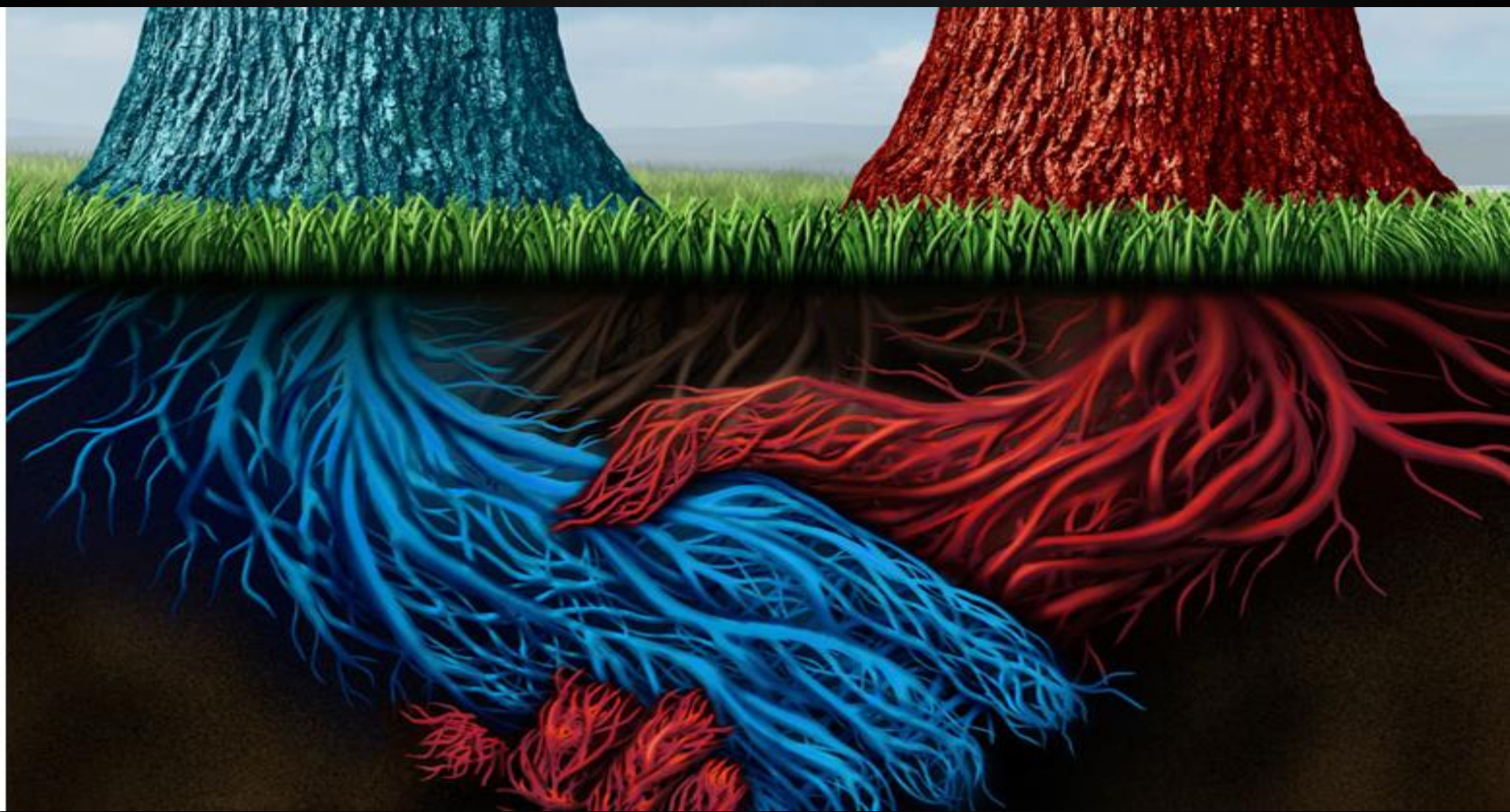
Mi történik? Egyre több és hangosabb média tartalom,
egyre jobban elutasítjuk, kezünkbe vesszük a média kontrollt!



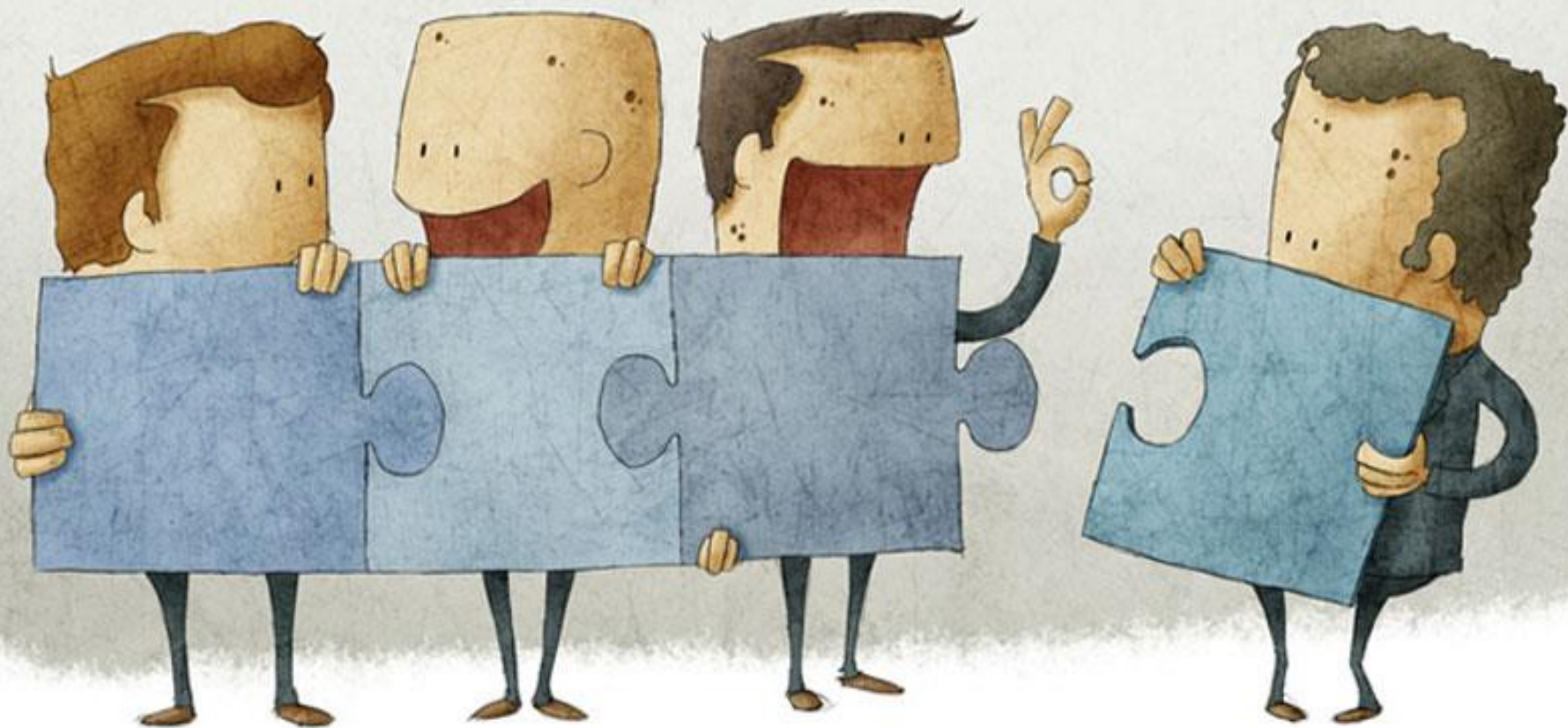


Content marketing trendek

1: M&A: a kicsik-, contentesek és social marketingesek vagy content terjesztők között. Márkák/ügynökségek médiát vesznek



1: M&A: a kicsik-, contentesek és social marketingesek vagy content terjesztők között. Márkák/ügynökségek médiát vesznek



2: Új tartalomtípusok: interaktív TV, kereshető podcastok, sms blogok, jelszavas tartalom központok, PDF/videó sorozatokkal, stb.

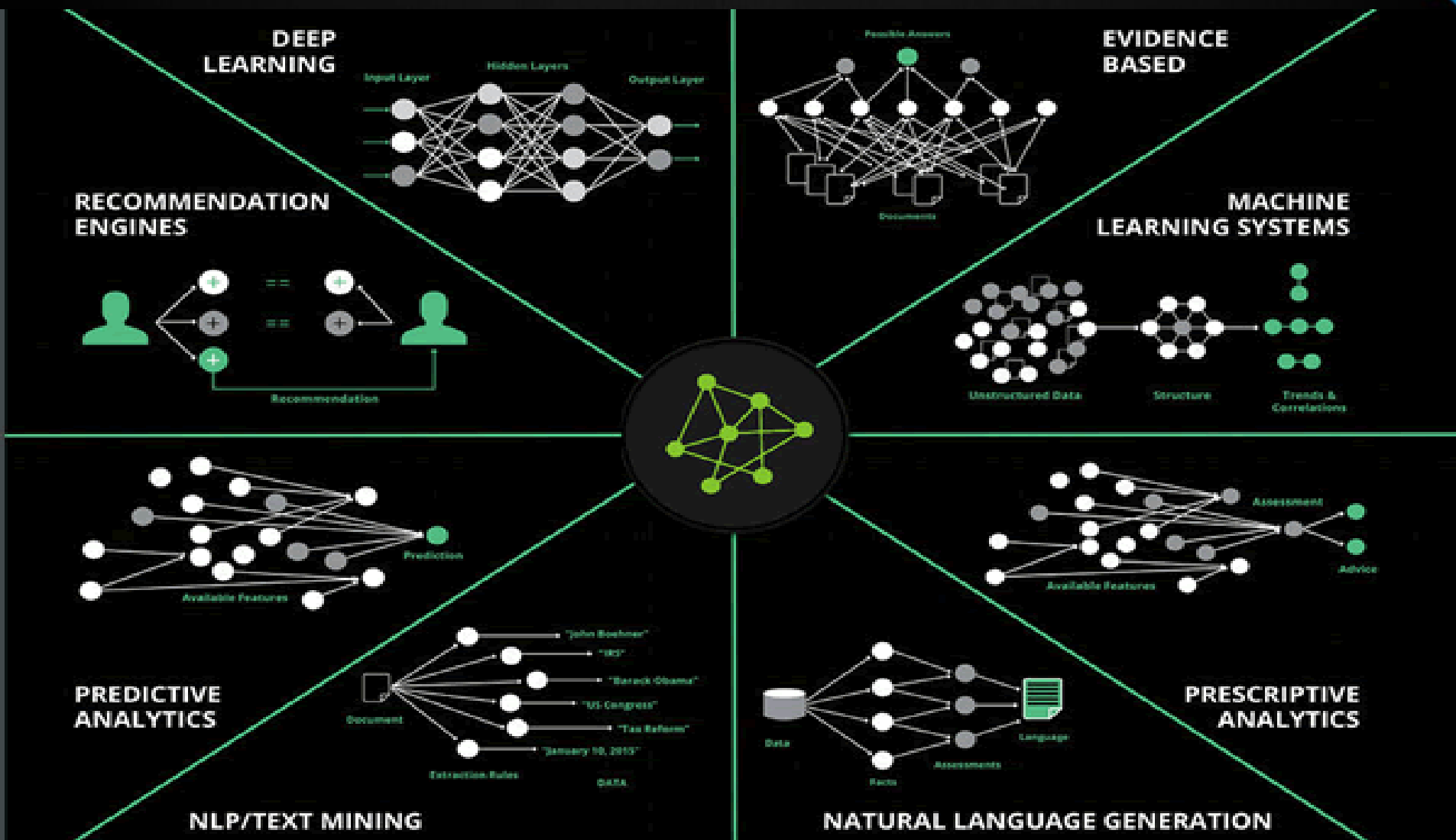


2: Új tartalomtípusok: interaktív TV, kereshető podcastok, sms blogok, jelszavas tartalom központok, PDF/360 videó sorozatokkal...





3: Content automatizáció mesterséges intelligenciával



4: Headline elemzések helyett/mellett „engagement” és „time spent” faktorokban előrelépés – mélyebb involválás/flow



4: Headline elemzések helyett/mellett „engagement” és „time spent” faktorokban előrelépés – mélyebb involválás/flow

24



wiseGEEK

5: a valóság felemelkedése, élő videók, márkaújságírás, dokumentarista, színpalak mögötti márkatartalmak



5: a valóság felemelkedése, élő videók, márkaújságírás, dokumentarista, színpalak mögötti márkatartalmak



6: Alakítsd ki, és oszd meg egyedülálló világszemléletedet a fogyasztóiddal! Építs adatokra!

27



6: Alakítsd ki, és oszd meg egyedülálló világszemléletedet a fogyasztóiddal! Építs adatokra!

28



7: Hódítja hangalapú keresés – ez újjászervezi a tartalmak kialakítását, struktúrálását, publikálását, a keresést és találást



7: hódít a hangalapú keresés – ez újjászervezi a tartalmak kialakítását, struktúrálását, publikálását, a keresést és találást

For example, Google's direct answer for the search phrase, "*Facebook software engineer salary*," used to come from an article on the website AllFacebook.com, Reilly said. "Their article has a sentence that directly answers the question, and our page [on that topic] didn't."



8: Sokcsatornás content + túllépés a marketingen, minden részle31 és stakeholder „forrásává” válik real time—A CKO újjáéled

Incorporate intelligent content strategies to multiply the reach of your #content says @arockley CLICK TO TWEET 

Examples:

- Host a **webinar** and record it for future access.
- Automatically transcribe the webinar and turn an edited version of the narrative into a white paper or series of articles.
- Structure the content (modularize it and add semantic tags to identify content such as quotes, questions and answers, key concepts, etc.).

Once the content is structured and tagged, the main work is done; everything else can be automated. Now you can automatically do things like:

- Extract the questions and answers (based on tags) and turn them into **blog posts**.
- Compile the blog posts into a digest post of the top “X” things you need to know.
- Extract key quotes and tweet them.
- Take the same questions, post them to Facebook, and start a conversation.

8: Sokcsatornás content + túllép ésa marketingen, minden részleg és stakeholder „forrásává” válik real time—A CKO újjáéled





Zárszó



CONTENT IS KING

Bill Gates 01/03/1996



“
**WHAT LACKS
IN THE INDUSTRY
RIGHT NOW IS CONTENT
WITH HEART.
CONTENT WITH PURPOSE.
CONTENT CRAFTED
WITH GENUINE LOVE**

EVENT^{MB}

Köszönöm a figyelmet!



Karvalics Attila

+36 20 494 1155