



CONTENT STRATEGY

SZCZEGÓŁOWA TEMATYKA



CIM
The Chartered
Institute of Marketing

CONTENT STRATEGY

- Cele i obszary content marketingu
- Strategia marketingu treści – proces, struktura, kluczowe elementy
- Ścieżka klienta a content marketing
- Strategia marki a strategia content marketingu
- Zasady efektywnego content marketingu
- Storytelling i formuły narracyjne
- Kanały komunikacji – wybór i zarządzanie (PESO)
- Rola marketingu treści w zarządzaniu doświadczeniami użytkownika/klienta
- Content media – artykuły, blog, video, podcast, infografika, whitepapers, case studies, webinary, ebook, e-newsletter, user-generated content, VR, AR
- Tworzenie i odświeżanie treści
- Formaty marketingu treści - tekst, materiały wizualne i interaktywne, audio, mixed media
- Formaty a kanały - kryteria wyboru (ton, język, przekaz, argumentacja)
- Indywidualizacja i personalizacja marketingu treści
- Influencer marketing
- Psychologia odbiorcy – błędy poznawcze
- Aspekty prawne, etyczne i kulturowe
- Organizacja jako hub contentowy
- Pomiar marketingu treści – zasięg, zaangażowanie, konwersja
- Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu treści
- Narzędzia wspierające działania w content marketingu