



МНИАП

Тенденции контент-маркетинга

2021



- Контент - маркетинг основан на принципе распространения интересной и полезной для потребителя информации, которая не является рекламой, но способствует принятию решения о покупке, либо привлекает клиентов в места, где возможна импульсная покупка (онлайн и оффлайн)
- Контент-маркетинг считается наиболее перспективным каналом коммуникации с потребителями. Глобальный рынок контент-маркетинга оценивается в \$ 400 млрд.



Мультиплатформенный контент

- Использование единого контента на различных ресурсах - в социальных сетях, блогах, видеохостингах и др. позволяет повысить охват аудитории и увеличивает эффективность использования ресурсов компании, выделяемых на маркетинг и продвижение



Улучшение восприятия контента

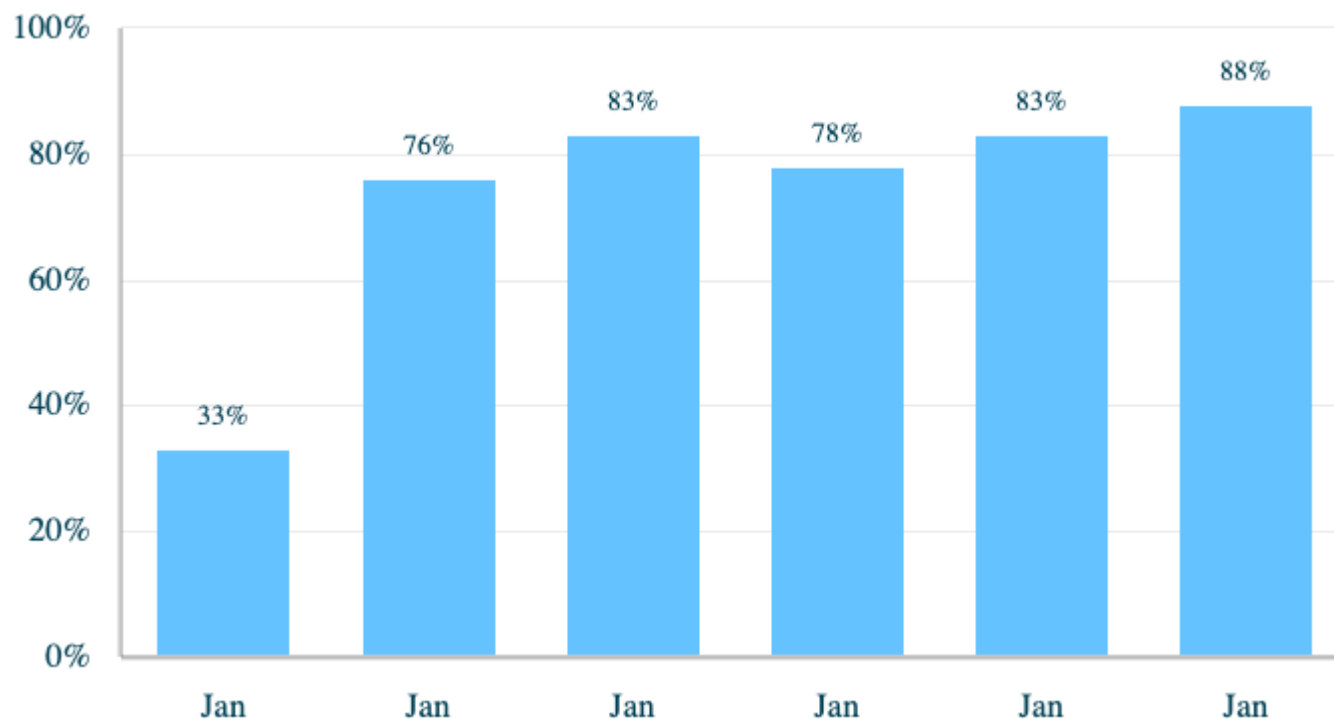
- Использование различных интерактивных иллюстраций, других технических средств, повышающих уровень взаимодействия пользователя с контентом



Рост влияния видеоконтента

Получен ли вашей компанией позитивный результат от инвестиций в видеорекламу?

По данным исследования Video Marketing Survey



Видеоконтент остается одним из самых эффективных рекламных инструментов.

Важный тренд - рост популярности прямых трансляций и видео с коротким сроком жизни в сети интернет

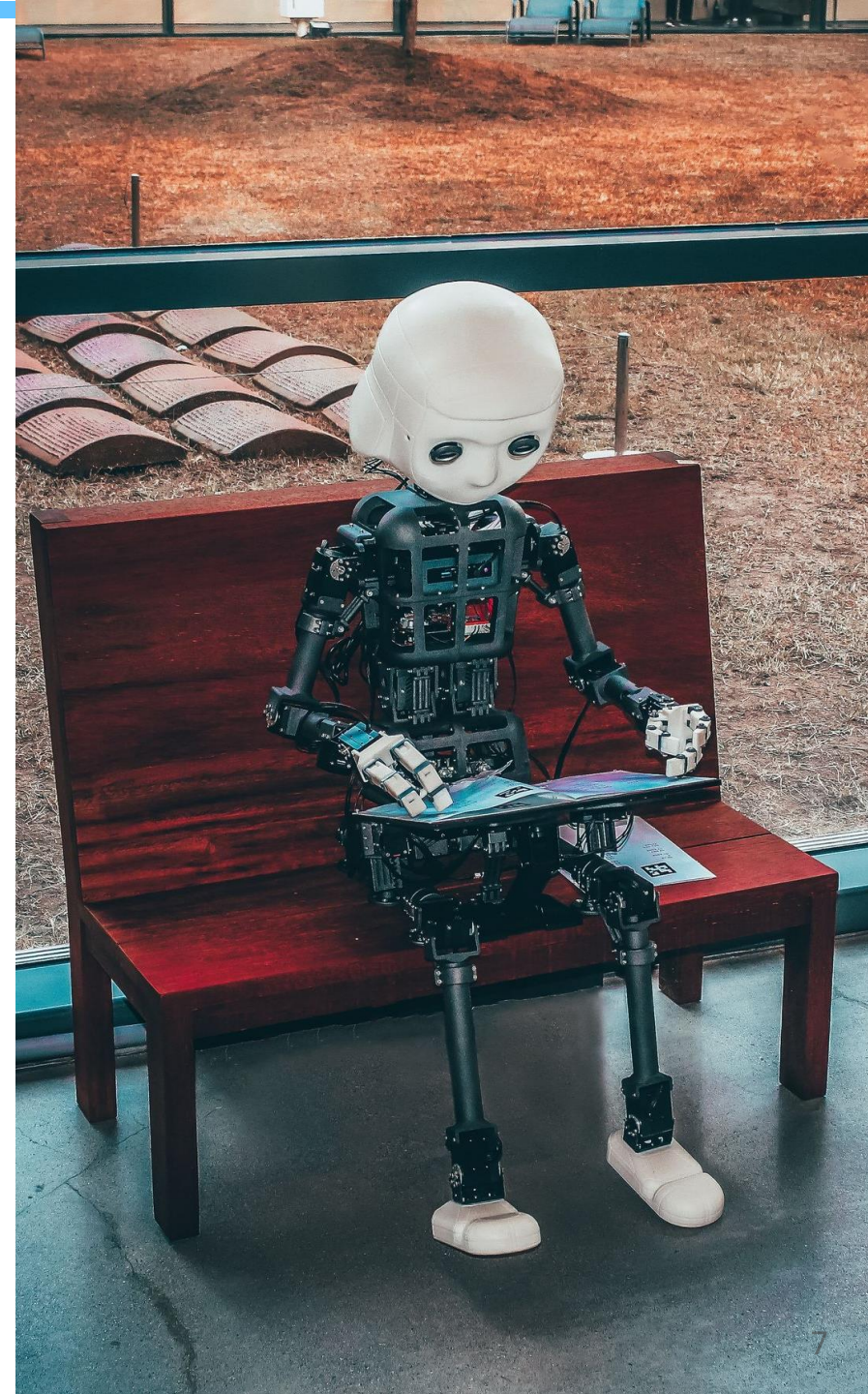
Фокусировка

- Контент максимально фокусируется на целевой группе потребителей и на поддержке принятия решения о покупке. Это дает возможность увеличить эффективность использования рекламного бюджета, но существенно увеличивает требования к качеству контента



Искусственный интеллект

- Рынок требует все возрастающего количества контента. Одним из перспективных направлений может стать создание прикладных ИИ, специально для генерации контента
- Эта технология, пока, находится на этапе разработки, но перспективы - очень значительны



Поисковая оптимизация

- Качественная поисковая оптимизация остается одним из ключевых факторов успеха коммуникационных компаний брендов



Технологии

- Широкое использование технологий - интерактивного контента, подкастов, выдающихся визуальных эффектов, мессенджеров и др. становится одним из ключевых факторов успеха коммуникационной компании

