

Content, we wszystkich swoich formach, stanowi najistotniejszy element każdej kampanii marketingowej. Znalezienie idealnej równowagi pomiędzy content marketingiem a strategią contentową jest niezwykle trudne, ale niezbędne do osiągnięcia sukcesu. Dzięki tej książce dowiesz się nie tylko, jak wyprodukować treści na strony WWW, blogi, do social mediów, ale także w jaki sposób skutecznie wykorzystać je do budowania społeczności wokół marki. To kompletny podręcznik, który powstał po wieloletnich badaniach nad dynamicznie zmieniającym się rynkiem, a także dzięki wielogodzinnym wywiadom z menedżerami światowych wiodących marek.

Podręcznik napisany przez specjalistów z branży zawiera najnowsze trendy z dziedziny marketingu contentowego, a także użyteczne przykłady kampanii oraz fascynujące studium przypadków z nieustannie rozwijającej się branży reklamowej.

Content – elementarna częśćka marketingu to lektura obowiązkowa dla managerów i dyrektorów marketingu, blogerów i dziennikarzy.