Obsahový marketing

Příběh značky

Příběh značky je základním kamenem obsahového marketingu i marketingu malých firem. Proto se hodí si ujasnit, o čem je vaše osobní značka. Co k ní patří či naopak nepatří? Pro upřesnění si vyplňte tabulku.

Jaké je vaše PROČ?	
Co je vaším posláním?	
Jaký hlavní užitek nabízíte svým zákazníkům?	
Jaké hodnoty k vaší značce patří?	
Které aktivity jsou pro vaši značku typické? (např. pomáhat lidem)	
Co naopak k vaší značce vůbec nesedí? (např. bořit předsudky)	
Jaké vizuální prvky se k vaší značce hodí (barvy, maskot)?	

© Kouzelné podnikání 2014

Checklist - nástroje

Zamyslete se nad marketingovými nástroji, které aktuálně používáte. Zkuste je vyhodnotit z hlediska čtyř parametrů, které jste poznali ve videu. Pro vyhodnocení použijte body od 1 (minimum) do 10 (maximum). Body si napište do tabulky a sečtěte. Které nástroje je pro vás výhodné používat?

Nástroj	Je cena pro mě dostupná?	Mohu měřit výsledky?	Jak dobře mohu cílit?	Baví mě nástroj používat?	Body

Plánujeme newsletter

Máte v úmyslu své zákazníky oslovit prostřednictvím e-mailového zpravodaje? I když jste o tom zatím neuvažovali, zkuste si newsletter naplánovat. Vypište, jak často má vycházet, proč ho zákazníci mají odebírat (informace z oboru, speciální nabídky) co konkrétního si z něj zákazníci mají odnést (Jak se budou cítit? Co budou vědět? Co budou chtít?), či jaké rubriky má newsletter mít. Ujasněte si, jaký informační obsah chcete do newsletteru zahrnout (nové články na blogu, recepty, slovníček, citát) a jak ho využít k propagaci vašich výrobků a služeb (sezónní slevy, výrobek měsíce, vstupenky na akce…).

Název	
Frekvence	
Proč odebírat	
Co si odnést	
Rubriky	
Informační obsah	
Reklamní obsah	

Témata článků

Lámete si hlavu, o čem psát články na blog? Nebo o čem točit videa? Zkuste se vrátit zpátky k profilu ideálního zákazníka ze druhé lekce. Hodit se vám mohou i témata, která jste v první lekci hledali na webech a v diskusích.

Znovu se zamyslete, co vaši zákazníci řeší. Jaká témata je zajímají, co by si rádi přečetli, co je zajímá, na co se ptají. Podle toho zkuste vytvořit 30 témat na články. Ty nejzajímavější si naplánujte k publikování.

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	

20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	