

УДК 658.8.013

ББК 65.291.33

C79

*Издано с разрешения John Wiley & Sons, Inc.
и агентства Александра Корженевского*

Стелзнер, М.

C79 Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / Майкл Стелзнер ; пер. с англ. Д. Баймухаметовой и О. Терентьевой. — 2-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 288 с.

ISBN 978-5-91657-620-7

Майкл Стелзнер — признанный эксперт в области социальных медиа, создатель одного из самых популярных блогов о маркетинге в социальных сетях SocialMediaExaminer.com (более 150 000 подписчиков).

В книге Стелзнер рассказывает о разных видах контента, которые вы можете публиковать на своем сайте, в блоге, на странице в социальной сети и которые помогут вам привлечь внимание потенциальных клиентов.

Автор объясняет, как спланировать работу по подготовке контента, как задействовать в его создании известных экспертов и как использовать социальные медиа для его продвижения. Он также дает ценные советы по работе с текстами, видеосюжетами, по организации мероприятий и обращает внимание на тонкости, которые повысят привлекательность вашего контента для пользователей.

Эта книга — полезное руководство для тех, кто хочет освоить инструменты контент-маркетинга и с его помощью завоевать расположение интернет-аудитории.

УДК 658.8.013

ББК 65.291.33

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

© Michael Stelzner, 2011

© Издание на русском языке, перевод на русский язык, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

ISBN 978-5-91657-620-7

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	9
Глава 1. Ракеты сами не летают	12
Проблемы с маркетингом	14
Интернет парализует	16
Знакомство с врагом: синдром перегрузки канала	17
Доверяют ли люди вашему бизнесу?	19
Подъемная сила	20
Слагаемые подъемной силы	29
Почему эта формула работает	44
Глава 2. Разрабатываем программу полета	48
Миссия	49
Ставим измеримые задачи	54
Прокладываем курс	57
Глава 3. Внешние стимулы и вдохновение	68
Образцы для подражания	69
Контент и вдохновение	74
Создаем хранилище идей	76
Ищем контент	78
Зачем оглядываться вокруг?	83
Глава 4. Как использовать силу других людей	85
Сила других людей	86
С кем вы хотите установить связь?	87
Создаем собирательный образ читателей	90
Как распознать проблемы и желания ваших читателей	95
С какими проблемами они сталкиваются?	95
Работа со сторонними экспертами	100
Работа со звездами	111
Зачем обращать внимание на других людей?	114

Глава 5. Как активно взаимодействовать с людьми	116
Взаимовыгодный маркетинг	117
Ценность бескорыстных подарков	121
«Все так делают!»	127
Как побудить людей к действию	136
Зачем привлекать людей?	141
Глава 6. Как из контента сделать топливо для вашего маркетинга ...	142
Контент работает: проверено на практике	143
Что нужно для отличного контента?	149
Регулируем редакционные стандарты	156
Формируем тематический план	159
Почему именно контент?	162
Глава 7. Первичное топливо: производство и применение	164
Что такое первичное топливо?	165
Статьи-руководства	172
Интервью с экспертами	177
Обзоры	183
Истории успеха	188
Новости	192
Опровержения	196
Глава 8. Создание и использование ядерного топлива	198
Что такое ядерное топливо?	199
Опросы	206
Белые книги	213
Конкурс «Десятка лучших»	220
Микрособытия	227
Глава 9. Как использовать маркетинг	234
Что значит «держат в узде» маркетинговые послания?	235
Как использовать рекламу	237
Послесловие. Снова о формуле подъемной силы	261
Благодарности	264
Словарь терминов	265
Об авторе	270
Источники	272