

# Marketing treści

(Content Marketing)

## Planowanie



Co-funded by  
the European Union



UNIVERSITY  
OF APPLIED  
SCIENCES  
UTRECHT



# Cele nauczania

- Powiązanie treści z celami
- Wybór najlepszych kanałów w zależności od nadawanych treści
- Planowanie strategii treści
- Planowanie treści cyfrowych
- Planowanie zawartości witryny dla każdego kanału



# Tematy

- Planowanie treści i celów
- Planowanie kanałów i treści
- Planowanie kanwy strategii treści
- Plan zawartości cyfrowej
- Plan zawartości strony internetowej
- Plan zawartości bloga
- Plan treści w mediach społecznościowych
- Plan treści wiadomości e-mail
- Plan zawartości reklamowej
- Zadania

**“Cel bez planu jest tylko życzeniem”.**

*Antoine de Saint-Exupéry*



Co-funded by  
the European Union



# Planowanie treści i celów



# Planowanie treści i celów

Wybór treści najbardziej odpowiedniej do zamierzonych celów

Possible goals	Content examples
Create imagery of or claims that evoke pleasure or fun when visitors encounter the corporate offering	Images, words, video
Share access to original ideas or designs	Behind the scenes, blueprints, shared reports
Demonstrate organisational values, including beliefs, principles, or way of acting or operating	Content from the CEO such as published letters or videos, blog posts, annual reports, shareholder meeting content
Highlight associations with originality in design of products, services, ideas, or facilities; exceptional quality of corporate offerings	Trademarks, patents, brand story-telling, product articles, product hero features, examples of exceptional customer service
Showcase the heritage of the organisation and its leaders, or references to historical background	Brand story-telling, imagery, videos, product development and evolution, links to working practices
Explain the sustainability and corporate responsibility programmes, decisions, or actions	Videos showing examples of the corporate social responsibility programme
Generate customer acquisition, conversion or retention	Focused content relating to the desired behaviour, such as emails containing a time-limited offer
Save costs through better targeting	Focused content based on the audience group, such as emailing offers to students towards the end of term when money is in short supply!

Źródło: Molleda, 2010.



Co-funded by  
the European Union

# Planowanie kanałów i treści



# Planowanie kanałów i treści

Kanał powinien być wybrany zgodnie z treścią

Communication channel	General information	Helpful recipes	News about food	Ad campaign
Website	✓	✓	✓	
Blog	✓	✓	✓	
Twitter	✓	✓	✓	
Facebook		✓	✓	✓
Instagram		✓	✓	✓
Google adverts				✓

Źródło: Hanlon, 2019, s. 267.





# Planowanie kanwy strategii treści



# Planowanie zawartości Kanwa strategii

- Powinniśmy starać się planować treści, biorąc pod uwagę cele, kanały, rodzaj treści, tematy, które mają zostać poruszone
- Różnorodność powinna być uprzywilejowana w planowaniu

## The Content Strategy Canvas

**Who** are you creating content for?

Explain who you're trying to reach with your content; age, gender, profession, interests, values, etc.

**Why** are you creating content?

**Increase brand awareness**

**Create interest and desire**

**Nurture interest and entice the purchase**

**Retain customers and build brand loyalty**

**Where** will you publish this content?

list channels (website, YouTube, etc.) where you'll publish content

list channels (website, YouTube, etc.) where you'll publish content

list channels (website, YouTube, etc.) where you'll publish content

list channels (website, YouTube, etc.) where you'll publish content

**What** type of content will you create?

list the types of content you'll create (blog posts, videos, tools, etc.)

list the types of content you'll create (blog posts, videos, tools, etc.)

list the types of content you'll create (blog posts, videos, tools, etc.)

list the types of content you'll create (blog posts, videos, tools, etc.)

**How** will you create the content?

list the resources you'll need (i.e., people + products/services)

# Plan zawartości

- Tworzenie treści jest często planowane i zarządzane w ramach **kalendارza treści**
  - na kanał może być dobrą praktyką
  - pozwala sprawdzić, gdzie są luki w treści
  - upewnij się, że treść jest gotowa z odpowiednim wyprzedzeniem
  - umożliwia przypisanie obowiązków
- Planowanie treści umożliwia szybkie znajdowanie tematów i wygodne ilustrowanie treści.



# Plan zawartości cyfrowej



# Plan zawartości cyfrowej

- Przedstawia globalną wizję treści, która ma być rozpowszechniana za pośrednictwem wszystkich kanałów.
- Ułatwia analizę dystrybucji treści według person
- Ułatwia analizę dystrybucji treści według celu.
- Umożliwia przegląd dystrybucji treści przez cały miesiąc.
- Pozwala sprawdzić, czy wszystkie trzy obszary lejka są zasilane treścią.



# Marketing Funnel - Strategies



Digital Content Plan			Month		
Day	Content subject	Personna	Goal	Funnel	Channel
			Increase brand awareness	BOFU	Website
			Create interest and desire	MOFU	Blog
			Nurture interest	TOFU	Social Media
			Retain Customers		Emailing
					Advertising



# Aktywność w klasie

---

- W grupie (2 lub 3 osoby).
- Wybierz markę i zaplanuj działania na jeden tydzień.
- Synteza na tej mapie informacji uzyskanych na poprzednich mapach.





# Plan zawartości strony internetowej



# Plan zawartości strony internetowej

- Okresowy przegląd zawartości strony internetowej
- Przegląd/aktualizacja istniejącej zawartości
- Tworzenie nowych sekcji z nową zawartością
- Wybór elementów graficznych i innych elementów, które dodają wartość
- Zdefiniuj rolę każdej strony w lejku.
- Rozpowszechnianie strony za pośrednictwem innych kanałów organizacji.



## Website Content Plan

 Month 

Day	Responsible	Site Section	Personna	Content subject	Keywords	Goal	Funnel	Distribution channels	CTA message	Metric	Element Graphic 1		Element Graphic 2		Element Graphic 3	
											Type	Subject	Type	Subject	Type	Subject
						Increase brand awareness	BOFU	Facebook			Video		Video		Video	
						Create interest and desire	MOFU	Twitter			Podcast		Podcast		Podcast	
						Nurture interest	TOFU	Instagram			Image		Image		Image	
						Retain Customers		LinkedIn			Infographic		Infographic		Infographic	
								Emailing			Cartoon		Cartoon		Cartoon	
								....			Illustration		Illustration		Illustration	



# Aktywność w klasie

---

- W grupie (2 lub 3 osoby).
- Zachowując wybraną wcześniej markę lub firmę, korzystając z mapy przedstawionej powyżej, zaproponuj treść dla 7 stron witryny marki.



# Plan zawartości bloga



# Plan zawartości bloga

- Promowanie różnych tematów
- Motywowanie wyboru elementów graficznych i innych elementów, które dodają wartość
- Zdefiniuj rolę każdego wpisu na blogu w lejku.
- Ułatwia rozpowszechnianie wpisów na blogu za pośrednictwem innych kanałów organizacji.
- Stymuluje wykorzystanie CTA



## Blog Content Plan

 Month 

Day	Responsible	Personna	Content subject	Content title	Keywords	Goal	Funnel	CTA message	Distribution channels	Metric	Element Graphic 1		Element Graphic 2		Element Graphic 3	
											Type	Subject	Type	Subject	Type	Subject
						Increase brand awareness	BOFU		Facebook		Video		Video		Video	
						Create interest and desire	MOFU		Twitter		Podcast		Podcast		Podcast	
						Nurture interest	TOFU		Instagram		Image		Image		Image	
						Retain Customers			LinkedIn		Infographic		Infographic		Infographic	
									Emailing		Cartoon		Cartoon		Cartoon	
									....		Illustration		Illustration		Illustration	



# Aktywność w klasie

---

- W grupie (2 lub 3 osoby).
- Zachowując wybraną wcześniej markę lub firmę, korzystając z mapy przedstawionej powyżej, zaproponuj treści blogowe na jeden miesiąc.





# Plan treści w mediach społecznościowych



# Plan treści w mediach społecznościowych

- Pomaga dystrybuować treści w różnych sieciach społecznościowych
- Ułatwia dywersyfikację poruszanych tematów
- Zachęca do refleksji nad używanymi elementami graficznymi.
- Obsługuje publikację treści stron trzecich
- Zdefiniuj rolę każdego posta w lejku.



**Social Media Content Plan**

 Month 

Day	Responsible	Personna	Content subject	Content ownership	Goal	Funnel	Facebook			Instagram			....		
							Graphic	Graphic subject	Metric	Graphic	Graphic subject	Metric	Graphic	Graphic subject	Metric
			Event divulgation (after)	Own	Increase brand awareness	BOFU	Video			Video			Video		
			Event divulgation (before)	Own external (other channel)	Create interest and desire	MOFU	Podcast			Podcast			Podcast		
			Hiring divulgation	Shared from another entity	Nurture interest	TOFU	Image			Image			Image		
			Award received	Curation	Retain Customers		Infographic			Infographic			Infographic		
			Celebration day	Paid			Cartoon			Cartoon			Cartoon		
			Poll				Illustration			Illustration			Illustration		
			Statistic				Mind map			Mind map			Mind map		
			Glossary				Document			Document			Document		
			Book/movie analysis or presentation												
			Famous citation / emotional phrase												
			Testimonial (client, employee,...)												
			Humor / meme												
			Curiosity												
			Hobby activity / contest												
			Help (how to) / tip												
			Backstage brand/brand history/people												
			Product/service presentation												
			Sales promotion / discount												
			News												
			Reflection												
			Mention made by partner												
			Gratitude / recognition												
			Milestone												



# Aktywność w klasie

---

- W grupie (2 lub 3 osoby).
- Zachowując wybraną wcześniej markę lub firmę, korzystając z mapy przedstawionej powyżej, zaproponuj treści społecznościowe na kolejne 7 dni.



# Plan treści wiadomości e-mail



# Plan treści wiadomości e-mail

- Pomaga w dystrybucji treści w różnych typach wiadomości e-mail
- Ułatwia dywersyfikację poruszanych tematów
- Zachęca do refleksji nad używanymi elementami graficznymi.
- Zdefiniuj rolę każdej komunikacji w lejku.
- Stymuluje wykorzystanie CTA



## Emailing Content Plan

 Month 

Day	Responsible	Type	Personna	Content subject	Content title	Goal	Funnel	CTA message	Metric	Element Graphic 1		Element Graphic 2		Element Graphic 3	
										Type	Subject	Type	Subject	Type	Subject
		Newsletter				Increase brand awareness	BOFU			Video		Video		Video	
		Press-release				Create interest and desire	MOFU			Podcast		Podcast		Podcast	
		Promotional				Nurture interest	TOFU			Image		Image		Image	
		Lead nurturing				Retain Customers				Infographic		Infographic		Infographic	
		Survey								Cartoon		Cartoon		Cartoon	
										Illustration		Illustration		Illustration	



# Aktywność w klasie

---

- W grupie (2 lub 3 osoby).
- Zachowując wybraną wcześniej markę lub firmę, korzystając z mapy przedstawionej powyżej, zaproponuj wysyłanie wiadomości e-mail przez jeden miesiąc.



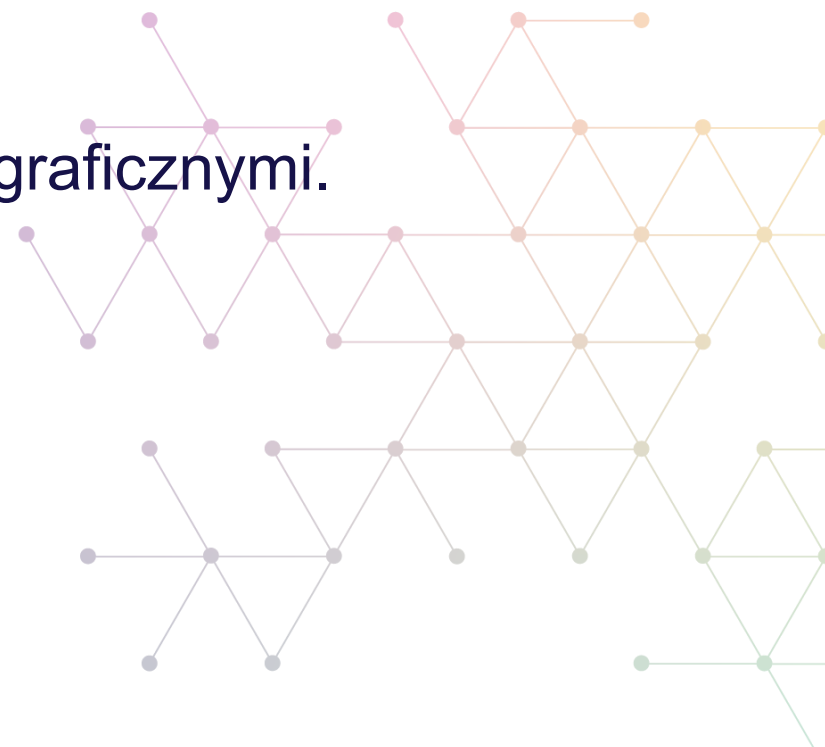


# Plan zawartości reklamowej



# Plan zawartości reklamowej

- Pomaga w dystrybucji treści reklamowych na różnych platformach i ma wizję osi czasu.
- Ułatwia dywersyfikację reklam, które mają zostać pokryte
- Ułatwia integrację z innymi treściami
- Zachęca do refleksji nad używanymi elementami graficznymi.
- Zdefiniuj rolę każdej reklamy w lejku.
- Stymuluje wykorzystanie CTA



## Ad Content Plan

 Month 

Day	Responsible	Personna	Content subject	Keywords	Goal	Funnel	CTA message	Distribution channels	Landing page	Metric	Graphic type	Graphic subject
					Increase brand awareness	BOFU		Google			Video	
					Create interest and desire	MOFU		Facebook			Podcast	
					Nurture interest	TOFU		Twitter			Image	
					Retain Customers			Instagram			Infographic	
								LinkedIn			Cartoon	
								Facebook			Illustration	



# Aktywność w klasie

---

- W grupie (2 lub 3 osoby).
- Zachowując wybraną wcześniej markę lub firmę, korzystając z mapy przedstawionej powyżej, zaproponuj treści reklamowe na 7 dni (jedna reklama na każdy dzień).



# Ocena aktywności

---

- Ocena indywidualna
- Mając na uwadze mapę, która syntetyzuje treść i inne mapy, dla każdego kanału, które zawierają bardziej szczegółowe informacje, student musi przeanalizować zaprogramowaną treść, analizując takie aspekty, jak okresowość, różnorodność treści, różnorodność wykorzystywanych kanałów i inne aspekty, które zostały przedstawione w trakcie tego kursu.
- Uczeń powinien przeanalizować mapy wykonane przez inną grupę.



# Bibliografia

Hanlon, A. (2109). *Marketing cyfrowy: planowanie strategiczne i integracja*. Sage.

Molleda, J. (2010). Autentyczność i wymiary konstruktów w badaniach public relations i komunikacji. *Journal of Communication Management*, 14(3), 223-236.



Materiał DEMS ma na celu zwiększenie umiejętności marketingu cyfrowego w szkolnictwie wyższym, odpowiadając na potrzeby biznesu i organizacji. Użytkownicy mają dostęp do obszernych zestawów slajdów z ćwiczeniami i zadaniami, a także do szczegółowych instrukcji dla nauczycieli. Możesz swobodnie korzystać z części lub całości dostępnych materiałów.

Materiał zawiera treści i dane liczbowe pobrane z Internetu i w związku z tym może ulec zmianie. Źródła zostały podane zgodnie z zasadami dozwolonego użytku. Cały materiał można obejrzeć i pobrać ze strony [www.dems.pro](http://www.dems.pro). Wszystkie materiały są przeznaczone do otwartego użytku i współfinansowane przez program Erasmus +.