

26.06.2014

Bestsellery o Content Marketingu

Joe Pulizzi nie bez przyczyny zwany jest ewangelistą content marketingu. Nie tylko jako pierwszy zaczął używać tego terminu, ale i zinstytucjonizował go, zakładając Content Marketing Institute. Czy przewidywał wtedy, że stanie się wkrótce wiodącym trendem?

Najlepszym dowodem na to, że Joe Pulizzi nie przez przypadek uznawany jest za jednego ze światowych ekspertów w dziedzinie content marketingu, niech świadczy sprzedaż jego książek: za każdym razem trafiają na listy bestsellerów branżowych. Są niczym drogowskazy, prowadzące do ziemi obiecanej, gdzie można znaleźć odpowiedzi na pytania nurtujące nie jednego marketera. Zarówno na jego blogu, profilu na Twitterze czy na LinkedIn (gdzie popularność wpisów zagwarantowała mu tytuł Influencera) dostarcza bezcennych treści, na które czekają nie tylko fani. Dlatego też jest gościem specjalnym Filminteractive Conference, której tematem przewodnim w tym roku jest właśnie content marketing.

Must read

Jaki jest sposób na to, by snuć historię inną niż wszystkie, zdobyć nią serca konsumentów, zwiększyć wpływy przy niewielkim nakładzie mocy marketingowych? Czy wypada dziś niepokoić odbiorców przeciętnymi prosprzedażowymi informacjami, które wcale ich nie interesują? W jaki sposób nawiązać z klientami kontakt, na który sami czekali z niecierpliwością? Jak tworzyć wieloaspektowe strategie marketingowe, wysokiej jakości content, oszczędzić zarzutów własnym realizacjom? To tylko niektóre z pytań, na które odpowiedzi można znaleźć w książkach Joe Pulizziego.

Must have

Get Content Get Customers, Managing Content Marketing i ostatnia publikacja *Epic Content Marketing* trafiły szybko na listy najlepiej sprzedających się książek, ale i zostały docenione przez środowisko. *Epic Content Marketing* amerykański Forbes oraz Fortune Magazine uznały za przełomowy przewodnik, zapewniający wszystkie narzędzia do tworzenia oraz rozpowszechniania treści, które gwarantują bezpośrednio większy zysk, jaki wzrost rozpoznawalności marki.

Must be epic

Marketerzy muszą sobie uświadomić, że klientów nie interesuje sam produkt czy usługa, ale oni sami i to, co mogliby z nim zrobić – mówi Joe Pulizzi i podkreśla, że content marketing nie ogranicza się jedynie do social media marketingu, z którym często jest utożsamiany. Dlaczego? Na to i na inne pytania odpowiada w swojej książce dostępnej m.in. na Amazon. Organizatorzy konferencji wraz z samym autorem przygotowali polskim czytelnikom niespodziankę: pierwsze 50 osób, które kupią bilet na Filminteractive 2014, otrzymają w prezencie „epicki egzemplarz”. Z Joe Pulizzim spotkanie już we wrześniu, w Łódzkiej Filmówce.

Więcej na www.filminteractive.eu