Vsebina kot prodajno orodje.

Kako podpreti B2B partnerje
na različnih trgih.

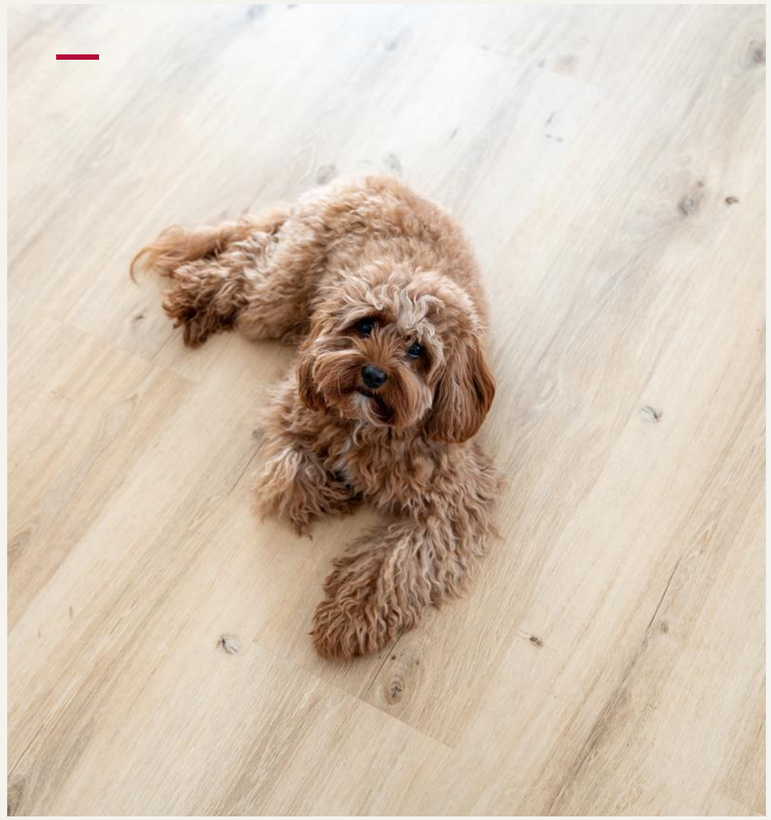
Iva Pirc Šepec
vodja marketinga / ALPOD

ALPOD

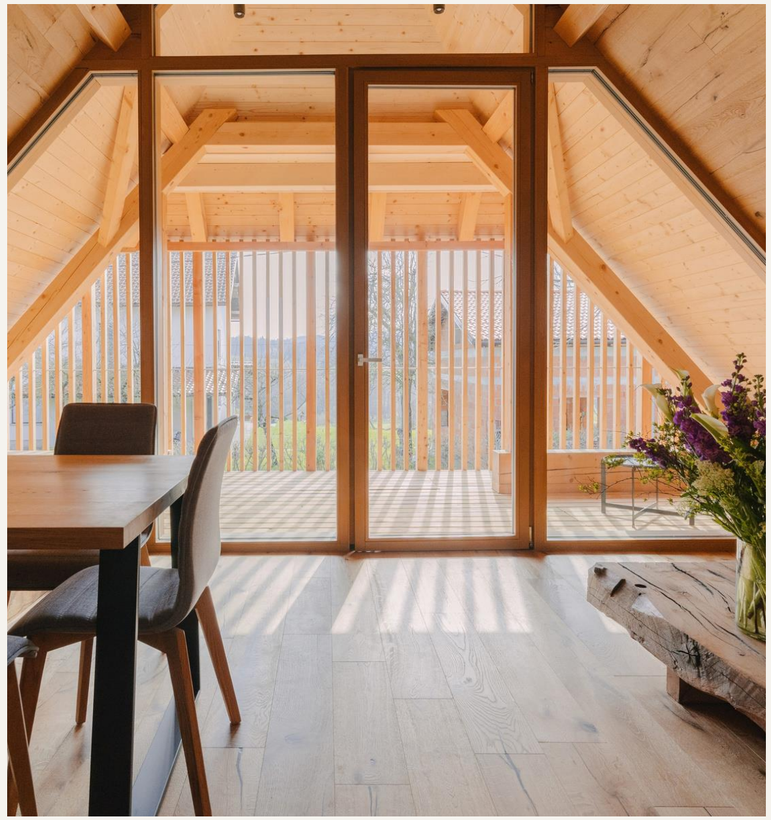
CONTENT IS KING.

Vsebina je kraljica.

IZDELEK = VSEBINA



IZDELEK = VSEBINA



IZDELEK = VSEBINA

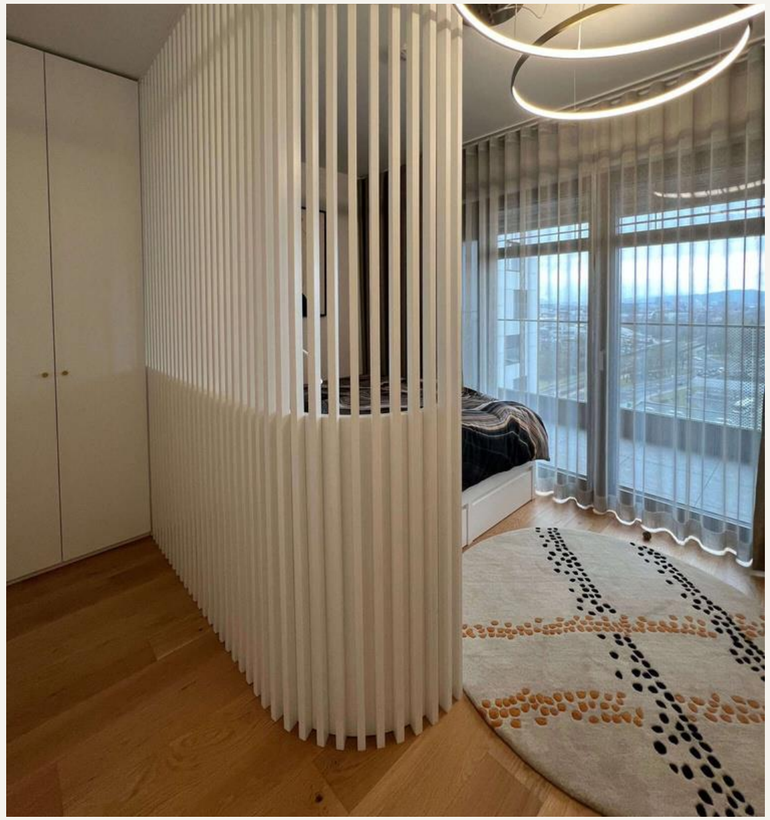
IZDELEK = VSEBINA

IZDELEK = VSEBINA

IZDELEK = VSEBINA

IZDELEK = VSEBINA

IZDELEK = VSEBINA



Ko izdelek postane dom.

Dobra vsebina potrebuje pot.

01
VSEBINA → 02 **PARTNER** → 03 **KUPEC**

Bo partner vsebino lahko uporabil?

Najprej dober brif.

Komu. Kje. V kakšni obliki.

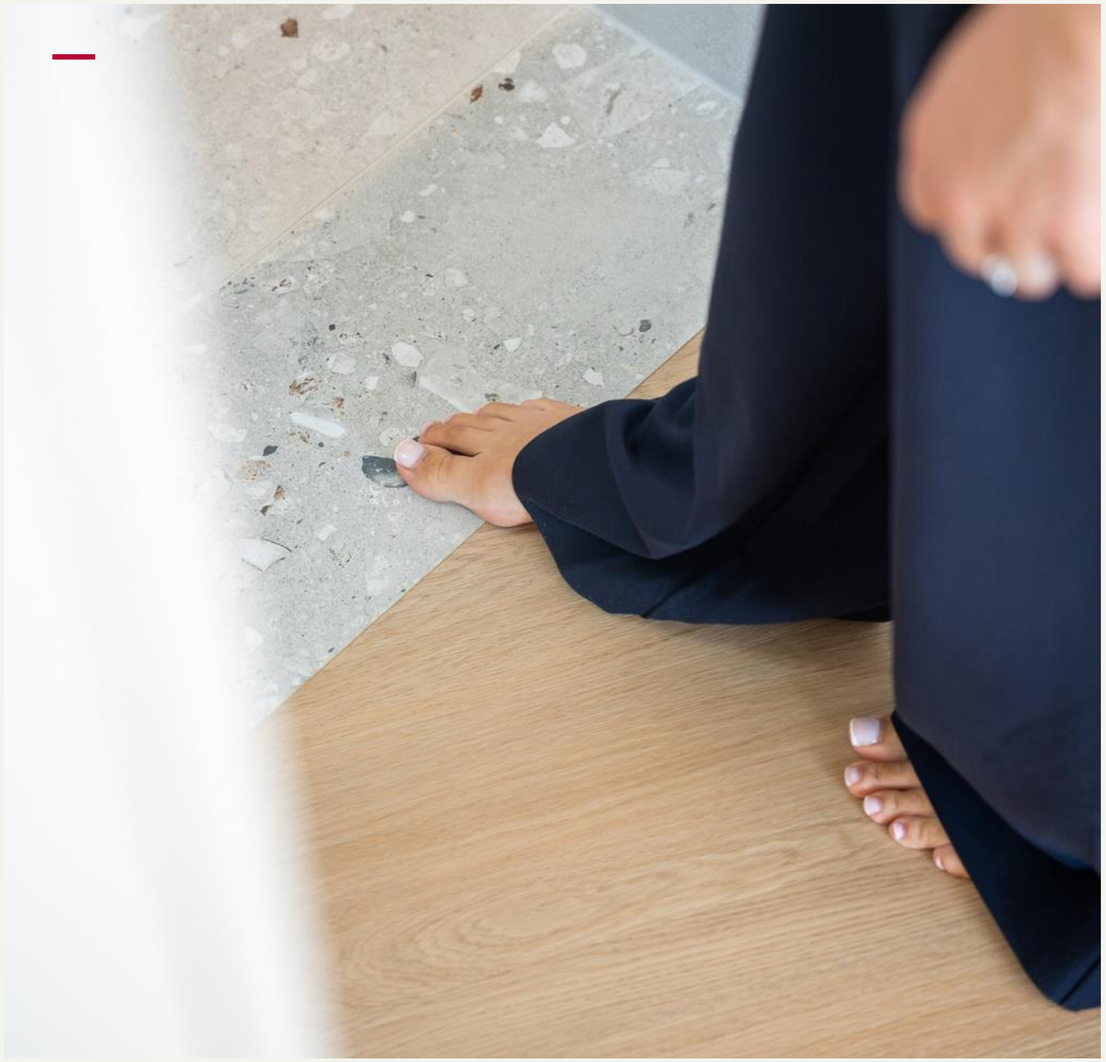
Vsebine, ki jih objavljajo naši partnerji.

B2B

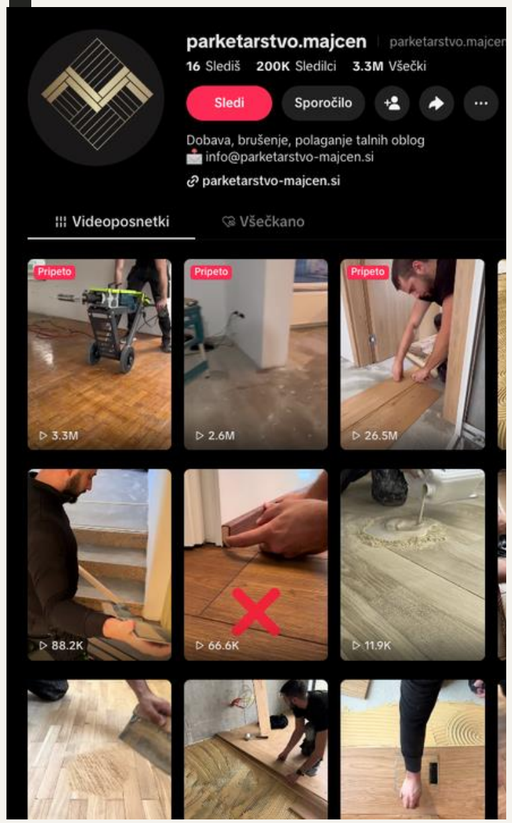
↔

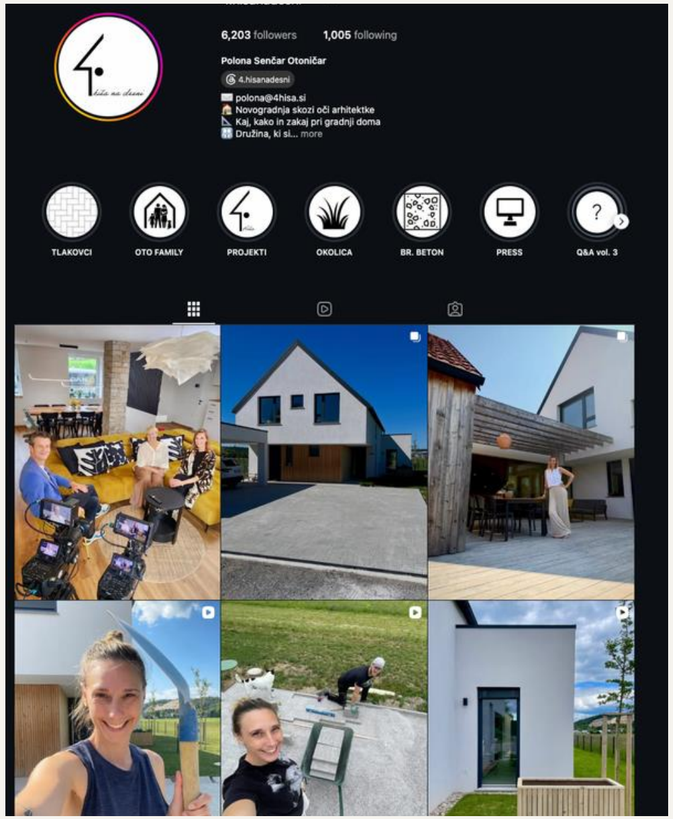
B2C

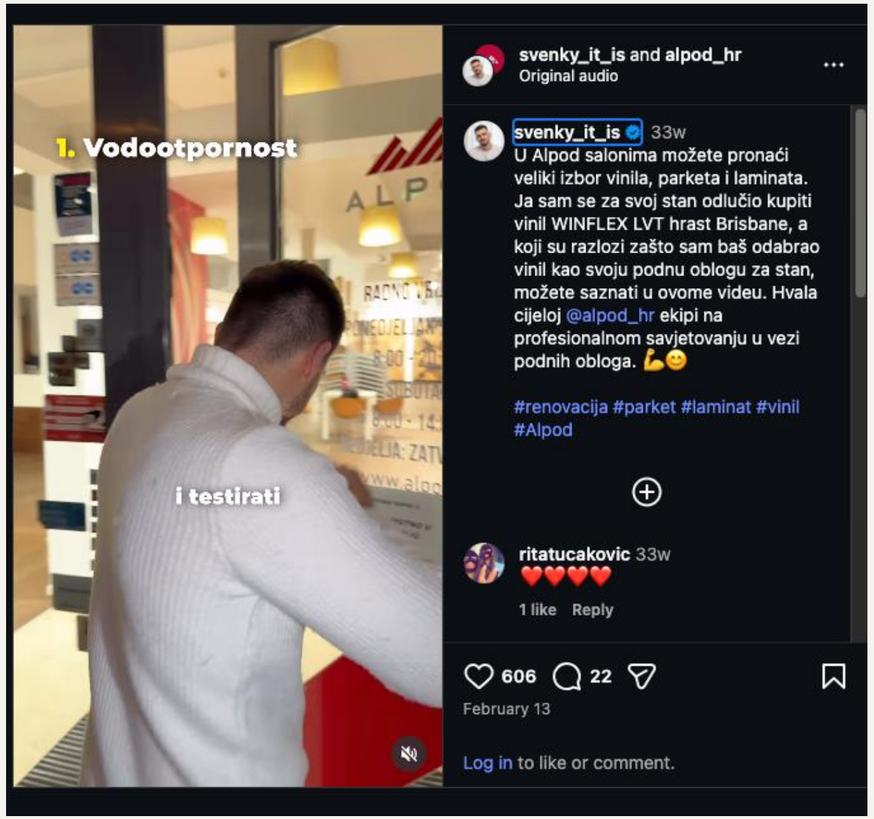
Na drugi strani je človek.



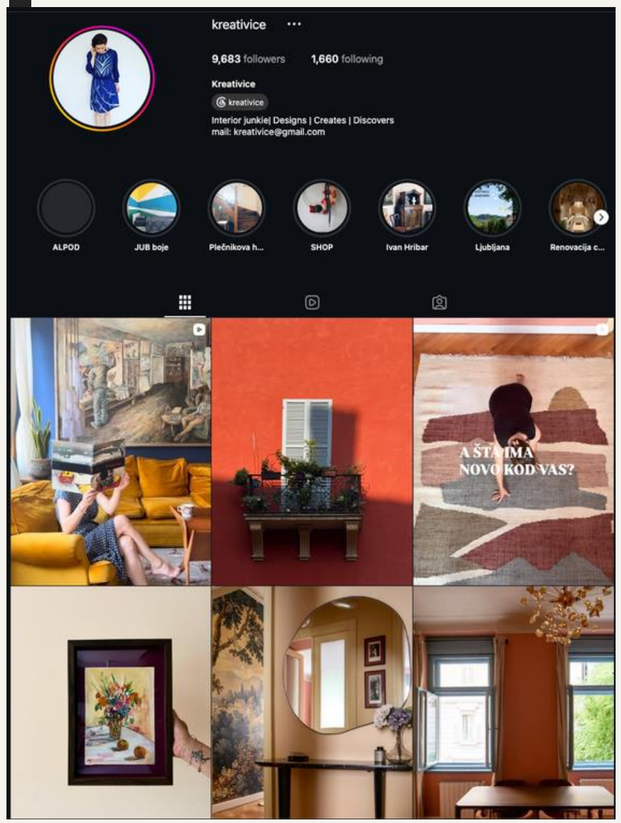
VPLIVNEŽ Ambasadorji

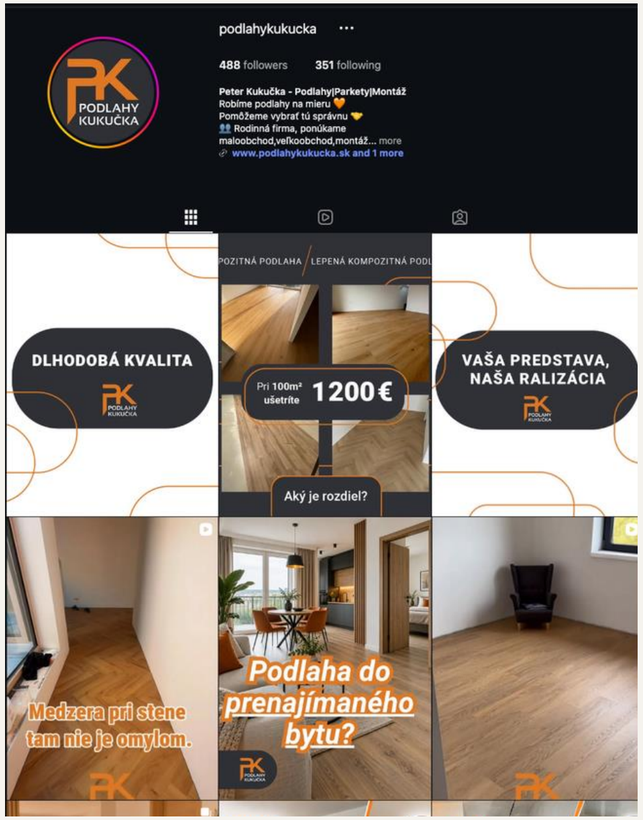


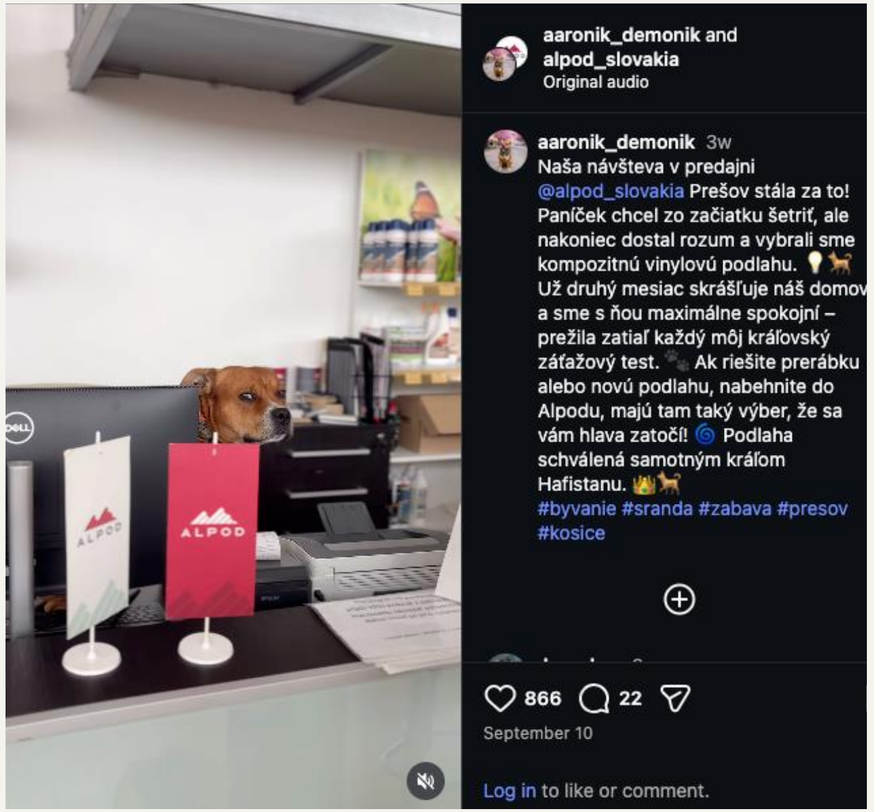




VPLIVNEŽ Ambasadorji







Prejemnik vsebine postane glasnik znamke.

Prejemnik vsebine je tudi njen ustvarjalec.

MARKETING NI MAD MEN.

Na koncu mora pomagati prodajati.

Prodaja. Zaupanje. Lojalnost.

ALPOD

CONTENT IS KING.
Vsebina je kraljica.

UPORABNA.
IN VIDENA.

Količina. Frekvenca. Ponovna uporaba.

Preden pritisnemo »objavi«.

01

Vsebina

Kaj rešujemo?

Koga nagovarjamo?

Kateri kanali in formati?

02

Partner

Kdo jo lahko uporabi?

V kakšni obliki?

Kako jo dostavimo?

03

Komunikacija

Navodila. Nadaljnji stik.

Frekvenca izpostavitev.

Analitika.

Frekvenca. Frekvenca. Frekvenca.

ALPOD

SHOW ME THE ~~MONEY~~!

CONTENT.

Iva Pirc Šepec
vodja marketinga / ALPOD
iva@alpod.si

Hvala