

# Content marketing

Förklara, engagera och bilda opinion!



Content marketing eller native advertising är båda uttryck som beskriver marknadsföring och kommunikation i redaktionell kontext. (Innehållsmarknadsföring) För att överleva måste alla företag i slutändan sälja, men för den skull innebär inte det att den bästa vägen till försäljning är att tala som en säljare. Vi skulle vilja hävda att det är tvärtom. Detsamma gäller om du vill bilda opinion, rekrytera personal, stärka ditt varumärke eller få målgruppen att engagera sig i och få förståelse för ett viktigt budskap.

Grundidén är att kommunikationen och konversationen ska ske på läsarens villkor. Mottagaren ska vilja ta del av ditt budskap. Det innebär att du, för att vara relevant, måste ha en grundläggande förståelse för vad läsaren eller konsumenten verkligen vill ha och förstå hur tidningar och journalister arbetar. Du måste också bjuda på kunskap, tips och tricks, guider, fakta, nyheter och underhållning för att nå fram och kanske få läsarna att sprida innehållet vidare i sociala medier.

## Fördelar med content marketing

1. Allt är mätbart och går att justera i realtid för att få bättre respons.
2. Ingen risk att bli felciterad, förenklad eller missförstådd
3. Tidpunkten och livslängden för er uppmärksamhet går att styra och tajma med andra aktiviteter
4. Går utmärkt att kombinera med lead-generering (försäljning)
5. Enkelt sätt att förklara komplicerade resonemang och göra det intressant och tilltalande.
6. Kan skapa efterfrågan på era tjänster.
7. Möjligt att påverka opinionen i en viss riktning
8. Laddar ert varumärke med förtroende och kompetens
9. Gör er relevanta, aktuella och intressanta.
10. Kan skapa engagemang i sociala medier.
11. Om du lyckas engagera kan du få viral spridning.
12. Ditt budskap blir tillgängligt för sökmotorer som Google.
13. Budskapet går att publicera i olika medier, både rörligt, skriftligt, digitalt och tryckt format.
14. Ni äger innehållet som publiceras och kan använda det i andra kanaler.

## Vårt erbjudande

Aktuell Hållbarhet har ett mycket starkt content marketingerbjudande som bygger på att ditt budskap publiceras av oss och integreras som en naturlig del av det innehåll som vi erbjuder våra läsare/användare. Allt är förstås tydligt annons- och avsändarmärkt. Vi kan också säkerställa att ditt budskap når just de individer som är viktiga för er, genom intelligent bearbetning av målgruppens beteende och data i vårt marketing-automation-system.

För att säkerställa att läsarna tar till sig av ert budskap kan vi även hjälpa er med produktionen av innehållet eller det budskap som ni vill att målgruppen ska uppfatta. Våra medarbetares djupa förståelse för målgruppen och långa erfarenhet av redaktionellt arbete gör att vi kan skapa innehåll som både riktar sig till och skapar intresse och engagemang bland svenska proffs, beslutsfattare och opinionsbildare.

## Pris

### PUBLICERING & SPRIDNING

En färdig artikel/kontextuellt innehåll går att publicera inom 5 arbetsdagar.

#### **Publicering online                      34 000 kr**

- Publicering av artikel online under 12 månader
- Marknadsföring av artikelpuff (bild + rubrik) på aktuellhallbarhet.se under 3 månader
- Upp till två utgående länkar
- Delningsfunktioner för sociala medier
- Publicering av eventuellt bild/videomaterial i artikeln (inbäddningsbart format)
- Postas av Aktuell Hållbarhet i sociala medier (Facebook & Linked in)

Extra: om ni vill köpa visningar i Facebook för den artikel som postas av Aktuell Hållbarhet så är det möjligt. Fråga din säljare om offert

#### **Spridning via e-post                      från 25 000 kr (9,90 kr/mottagare och utskick)**

- Formgivning och produktion i Aktuell Hållbarhets mall för e-post marknadsföring
- Avsändare: Aktuell Hållbarhet Erbjudande
- Selektion och urval av mottagare
- Länk till artikel hos aktuell hållbarhet
- Möjlighet att inkludera upp till två utgående länkar

#### **Publicering i tidning                      från 27 000 kr**

- Publiceras som annonsmärkt advertorial inklusive annonsörens logotyp
- Ordinarie annonspriser gäller och levereras till oss som tryckfärdig PDF.
- Se temaplan och annonsprislista gällande tidning för mer information.

### PRODUKTION

#### **Produktion av artikel                      35 000 kr**

- Vi intervjuar och skriver - ca 2 500 tecken. (Lämpar sig väl för helsida i tidningen)
- Rådgivning och optimering.
- Formgivning och textredigering.
- Vi använder bilder som levereras av kund eller genrebilder.
- 2 korrekturvändor

## Förtjänad vs köpt uppmärksamhet (PR vs Marknadsföring)

**Förtjänad** – Redaktionen gör dagliga nyhetsvärderingar och väljer att belysa det som har högst nyhetsvärde för våra läsare och besökare just nu. På samma sätt arbetar redaktionen med att välja vilket typ av innehåll och vad som ska kommuniceras från scen vid våra konferenser och event för att bäst motsvara läsare och besökares förväntningar. Seriösa och oberoende redaktioner kan inte påverkas av kommersiella överenskommelser. Det innebär att kunder och annonsörer aldrig kan påverka redaktionen genom att föra en dialog med sälj- eller marknadsavdelningen. Alla redaktionella tips hanteras på samma sätt oavsett vem som är tipsaren. Att få media att skriva om/tala om er och på det sätt som ni själva önskar är därför en stor utmaning och inte helt lätt att styra för att inte säga omöjligt. Därför investeras ofta stora mängder pengar i PR och trots det är utfallet väldigt svårt att styra och att mäta.

**Köpt** – Ett billigare, betydligt enklare och säkrare sätt att arbeta med uppmärksamhet är att jobba med vad vi kallar content marketing (innehållsmarknadsföring) som en naturlig del av sin marknadsföringsstrategi. Det innebär att kunden kan köpa sig kommunikation i kontextuell miljö såväl online och i print som vid konferenser och event. Innehållet produceras inte av redaktionen utan av kunden själv eller av fristående producenter men det placeras i en kontextuell miljö där mottagaren kan ta del av innehållet på samma sätt som andra oberoende nyheter. Självklart är innehållet tydligt annons- och avsändarmärkt. Fördelen är att kunderna på detta sätt kan kommunicera tydligt, riktat och på det sätt som de själva önskar utan risk att bli felciterade, förenklade eller på annat sätt missförstådda. Möjligheten att mäta utfallet och att få den respons som man förväntar sig är också lättare.