



TAMPEREEN
YLIOPISTO

Opening the Black Box of Content Marketing

Median innovaatiotuen loppuseminaari
2.10.2018

Mari Ainasoja, Tampereen yliopisto
@mariainasoja

BLACK BOX
of Content Marketing



Research partners:

BUSINESS
FINLAND



Saimme tutkitusta tiedosta varmuutta sisältömarkkinointia koskeviin päätöksiin ja keskusteluihin. Kuluttajien oikeisiin hetkiin osumista ei voi tämänkään tutkimuksen pohjalta liikaa korostaa.

Sari Karjalainen
Alko Oy

Meillä järjestettiin projektin puitteissa työpaja, jossa toimittajat ja mediamyynti yhdessä ideoivat yrityksellemme uuden sisältömarkkinointituotteen. Se julkaistiin ensimmäisen kerran viime kesänä. Työpaja ja uuden tuotteen tekeminen lisäsivät kaikkien ymmärrystä sisältömarkkinoinnista.

Milla Sirén
Pirkanmaan Lehtitalo

Mitä vahvempi brändi, sitä tiukempi liikkumavara

Jos pitää selitellä sitä, että minkä takia se [bloggaaja] on tän yrityksen toiminnassa mukana, niin sit se on varmaan rajan yli.

Kaupallinen video on katsojalle riski

*Pointti pitää käydä selväks heti alussa ettei mulla mee taas
20 sekuntia elämästä hukkaan turhan videon parissa*

Sisältömarkkinointi voi oikeasti välittää

...pohjimmiltaan paras sisältö opettaa ihmisiä ja auttaa heitä tekemään jotain. Vastakohtana sille, että vain levitetään viestejä ja tehdään mainontaa.



Yleisö on kuningas

Mun mielestä sisältömarkkinointi on vastaanottajan hurmaamista.

@mariainasoja



Kiitos!

mari.ainasoja@uta.fi
@mariainasoja

Kymmenen väitettä sisältömarkkinoinnista:

FI: bit.ly/10vaitetta & bit.ly/video10vaitetta

EN: bit.ly/10factsBB & bit.ly/video10factsBB

Podcast Unboxing content marketing:

bit.ly/blackboxpodcast

