



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Матрица выбора форматов контента по этапам воронки продаж

Оптимизируйте стратегию и измеряйте результаты с бенчмарками вовлеченности

Введение: Как использовать эту матрицу

Эта матрица разработана для того, чтобы помочь маркетологам и владельцам бизнеса систематизировать свою контент-стратегию. Она визуализирует, какие форматы контента наиболее эффективны на каждом этапе воронки продаж, а также предоставляет ориентировочные бенчмарки вовлеченности для измерения успеха.

Помните, что поведение пользователей не всегда линейно, и клиенты могут перепрыгивать через этапы или возвращаться к предыдущим. Ваша задача — предусмотреть как можно больше вариантов и создать группу воронок, которые будут дополнять друг друга (Unisender). Используйте эту матрицу как отправную точку для создания убедительной коммуникации.

Матрица форматов контента и бенчмарков вовлеченности

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

Важность многоканальной атрибуции

Клиент редко совершает покупку после одного касания. Он может сначала прочитать статью, затем увидеть рекламу, подписаться на рассылку и только через месяц совершить покупку. Чтобы точно измерить эффективность контент-маркетинга, необходимо использовать многоканальные модели атрибуции, которые распределяют ценность между всеми точками касания (CleverData). Это позволяет получить более точную картину и оптимизировать стратегию на каждом этапе.

Ключевые тренды контент-маркетинга 2025 (по данным Statista)

- Искусственный интеллект (81%)
Используется для масштабирования и персонализации контента.
- Персонализация контента (77%)
Необходима для удержания внимания на перенасыщенных рынках.
- Сторителлинг на основе данных (76%)
Объединяет достоверность фактов с вовлекающим повествованием.
- Контент, созданный пользователями (UGC) (76%)

Повышает аутентичность бренда и укрепляет сообщество.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

