



5 POWODÓW DLACZEGO TWÓJ CONTENT NIE SPRZEDAJE

AGATA CHMIELEWSKA

achmielewska.com



Rozpoczynając jakiegokolwiek działania marketingowe, pierwszym krokiem powinno być ustalenie ich celu. Tym celem zwykle jest sprzedaż. Niezależnie od branży w jakiej działasz, wielkości organizacji czy jej rentowności, zawsze dążymy do zwiększenia zysków.

Jeśli rozpocząłeś działania związane z marketingiem treści, a Twój content nie sprzedaje, to ten artykuł jest właśnie dla Ciebie!

1. **Posługujesz się zbyt technicznym językiem**

Nawet jeśli piszesz do osób z Twojej branży, to pamiętaj, że nie wszyscy muszą znać i rozumieć sformułowania czy nazwy, którymi posługują się specjaliści.

Twoim zadaniem (i zadaniem content marketingu) jest zainteresowanie odbiorcy, sprawienie, że będzie chciał zostać z Tobą na dłużej.

Masz być **odbierany jako ekspert** w swojej dziedzinie, jednak pamiętaj, że łatwo przekroczyć granicę eksperckości - potencjalny klient może uciec, bojąc się, że wyjdzie na niedouczonego i niekompetentnego.

2. **Nie słuchasz potrzeb klientów**

Tworzysz poradniki lub piszesz artykuły na tematy, o których Ty chciałbyś przeczytać, znaleźć w nich rozwiązania Twoich problemów lub nauczyć się z nich tego, co sam chcesz się nauczyć. **Tworzysz dla siebie**, a nie dla Twoich klientów.

Skąd wiesz, że Twoich odbiorców nie ciekawią inne treści? Może mają inne problemy? Może chcą się od Ciebie dowiedzieć innych rzeczy?



Zapytaj ich jakich treści od Ciebie oczekują. Jakie problemy chcą z Twoją pomocą rozwiązać.

Agata,

Tak, wkrótce zrobię serię webinarów! W zeszłym roku pomogły one setkom kobiet (i nie tylko) zmienić na lepsze ich biznes online.

Być może nie znasz moich webinarów, tym bardziej będzie to dla Ciebie okazja nauczyć się rzeczy, o których ciężko jest mówić na podcaście.

Potrzebuję dziś Twojej pomocy z wyborem tematów na webinar.

Tutaj jest ankieta z kilkoma opcjami. Zaznacz dwie, a ja wybiorę te najbardziej pożądane:

[wybierz tematy webinarów](#) - ankieta

Z góry dziękuję i miłego tygodnia.

Do zobaczenia na webinarze!!!

Andree

P. S. Ankieta - **[wybierz tematy webinarów](#)**, które chcesz obejrzeć. Informacje o datach webinarów podam w mailu i na moim fanpejdżu. Miej oczy szeroko otwarte ;)

Jeśli nie są chętni do odpowiedzi to sam to przeanalizuj korzystając z możliwości jakie daje Internet i narzędzia w nim dostępne. Jednak nim do nich dotrzesz dokładnie **określ grupę docelową** i scharakteryzuj swoich klientów.

3. **Określasz zbyt ogólne cele**

Wszyscy jesteśmy sprzedawcami i wszyscy mamy za cel sprzedaż. Jednak ostatecznie najczęściej sprzedają Ci, którzy oprócz sprzedaży widzą coś więcej.



Sprzedaż to zbyt ogólny cel, ponieważ:

- content marketing nie jest nakierowany na bezpośrednią sprzedaż. On wspiera sprzedaż, łapie, podgrzewa i doprowadza do Ciebie potencjalnych klientów, ale nie zamyka tej sprzedaży. **Sprzedaż zamykasz Ty.**
- **sprzedaż to nie cel**, to składowa Twojego celu, której towarzyszyć ma jeszcze kilka elementów, taki jak: do kiedy? co z tą sprzedaż? o ile (wzrost)?
- zwykle ustala się **cel główny**, ten nasz najważniejszy, ale żeby on nas nie przerażał za bardzo, warto stworzyć **cele szczegółowe**, mniejsze, doprowadzające nas etapami do tego głównego, najważniejszego celu.

Dlatego spraw by Twój cel był konkretny, mierzalny, realny i określony w czasie, ponadto ustal cele poboczne i cele szczegółowe, dzielące drogę do celu na mniejsze odcinki.

4. Zapominasz o promocji swoich treści

Content marketing to nie tylko tworzenie wartościowych treści. One same nie przyciągną zainteresowanych. Musisz im pomóc, musisz je wypromować i udostępnić za pośrednictwem mediów społecznościowych lub e-mail marketingu.

Zainicjuj udostępnianie i dzielenie się tym co stworzysz, ułatw odbiorcom dotarcie do tego. Pamiętaj jednak, że social media to nie tylko Facebook, to także LinkedIn, Google+ (warto tam wrzucać treści i linki pod SEO) czy Twitter.

Możesz także kreatywnie podejść do tematu. Przerób artykuł na prezentację i wrzuć go do serwisu SlideShare. Skorzystaj z dostępnych i darmowych narzędzi i zrób z artykułu film, który udostępnisz potem na Youtube.



Eksperymentuj, testuj różne rozwiązania i zapomnij o "nie umiem", wyrzuć to ze swojego słownika :)

Agata Chmielewska
21 lipca · 🌐

Kurczak na "freelansie" - stuknęły mi dwa latka, duży ZUS przyszedł, a ja podsumowuję jak wygląda praca jako wolny ptak (znaczy strona perspektywy

Snooze 5 min

Freelancer - jestem na tak! - E-commerce, E-marketing, E-observacje

Chcę podzielić się z Tobą moimi przemyśleniami odnośnie pracy na freelance, o czym freelancer musi wiedzieć oraz jak ułatwić i uprzyjemnić sobie pracę.

ACHMIELEWSKA.COM

Lubię to! · Komentarze · Udostępnij

Katarzyna Burek, Karolina Goraj i 56 innych użytkowników

1 udostępnienie

Zobacz więcej komentarzy (6)

Przydatne: Dzięki [Lumen5](#) szybko i sprawnie przerobisz artykuł na film.

5. Nie angażujesz i nie zachęcasz do działania

Stworzenie contentu i jego promocja to jedno, **zachęcenie do działania** drugie.



Jeśli nie powiesz czytelnikowi czego oczekujesz od niego, co ma zrobić po przeczytaniu Twojego artykułu lub oglądnięciu filmu, to nie zrobi nic. W takim przypadku nie dziw się, że Twój content nie sprzedaje.

Nie sprzedaje, bo nie starasz się o to. Oczywiście nie masz zachęcać bezpośrednio do zakupów. O jakim działaniu piszę?

- zadaj pytanie na końcu artykułu - o opinie, sugestie, jego wnioski
- zachęć do dyskusji w komentarzach
- poproś o udostępnienie treści lub przesłanie do potencjalnych zainteresowanych tematem
- zaproś do testów produktu, jeśli o nim jest artykuł.


Dodaj także **ikony Social Media** umożliwiające szybko i w prosty sposób udostępnić Twoją treść na Facebooku, LinkedIn lub w innych portalach społecznościowych.

achmielewska.com

E-COMMERCE E-MARKETING BIZNES ORGANIZACJA EDUKACJA PO GODZINACH O MNIE K JAK KURCZAK

Lepiej jednak by było ich dużo, niż potem ma coś Ci zabraknąć. Pewnie o wielu rzeczach zapomniałam napisać, dlatego jeśli wiesz co warto jeszcze sprawdzić to daj znać. Ja z kolei postaram się uzupełniać tą bazę o kolejne elementy do sprawdzenia 😊

A jeśli chcesz bym pomogła Ci wybrać program do e-mail marketingu lub pomóc w tym temacie to zapraszam do kontaktu!

 [Pobierz ofertę współpracy](#)
Szczegółowy zakres usług

Zdjęcie tytułowe: Pixabay.com



ZAPISZ SIĘ DO NEWSLETTERA I BĄDŹ NA BIEŻĄCO

[Zapisz](#)

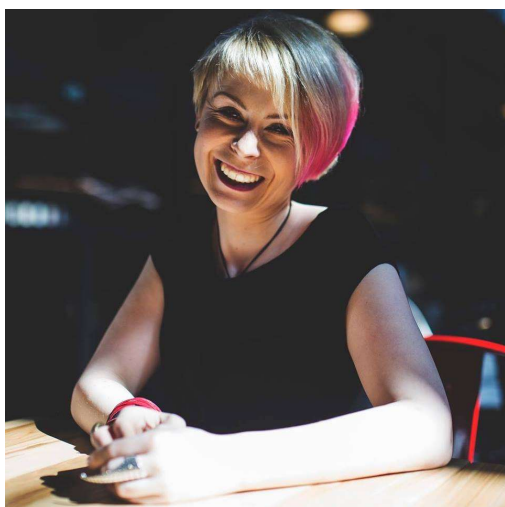


Jak widzisz powody, dlaczego Twój content nie sprzedaje mogą być banalne, a ich rozwiązanie naprawdę proste.

Jeśli chcesz dowiedzieć się jak sprawić by Twój content sprzedawał zapraszam Cię na [szkolenie „Content marketing i SEO expert”](#) organizowane przez Langas Group. Nauczę Cię na nim tworzyć naprawdę angażujący i wspierający osiągnięcie zamierzonych celów content.

A teraz proszę podziel się tym e-bookiem na ze swoimi znajomymi.

Autorka wpisu:



Agata Chmielewska

E-commerce & On-line Marketing Specialist.
Z branżą internetową związana od 10 lat, podczas których zdobywała doświadczenie zarówno w szeroko pojętym marketingu internetowym, jak i w działaniach związanych z wdrażaniem, optymalizacją i rozbudową sklepów i serwisów internetowych. Najmocniej związana z e-mail i content marketingiem oraz marketing automation. Współpracowała z takimi markami jak Praktiker, Willsoor czy SuperKoszyk.pl. Aktualnie doradza i pomaga markom oraz sklepom internetowym zwiększać konwersję swoich działań, m.in. ustalając strategię czy przeprowadzając kampanie marketingowe.

Po pracy pisze na www.achmielewska.com oraz gotuje i bloguje na www.eksperymentalnie.com