



İÇERİKLE PAZARLAMA WORKSHOP

PAZARLAMASYON AKADEMİ

07.10.2017



Hoş geldiniz



Sizin için dolu dolu bir workshop hazırladık.

Pazarlama alanında en çok merak
edilen konuların başında gelen İçerik
Pazarlaması'nı, yemek.com Ürün
Müdürü Batuhan Apaydın'dan
dinliyoruz! 7 Ekim'de görüşmek üzere.



Pazarlamasyon Kimdir?

İş dünyasına sunduğu kaliteli içerikler sayesinde teknolojiye, dijital dönüşüme ve trendlere ilgi duyan beyaz yakalı profesyonellerin en çok okudukları online bilgi ve haber kaynağı olan Pazarlamasyon, içeriğin gücüne odaklanarak oluşturduğu yayınlar sayesinde sektörün online besin kaynağı olmaya devam ediyor.

Eğitmen



Batuhan Apaydın

Yemek.com
Ürün Müdürü

Yemeksepeti'nin içerik markası Yemek.com'un Ürün Müdürü olan Batuhan Apaydın, içerik pazarlaması, dijital iletişim, ürün ve iş geliştirme ile stratejik planlama gibi konulardaki birikimiyle Yemek.com'u ayda 15 milyon tekil ziyaretçi ve 12 milyon video izlenmesine ulaşan, Facebook'da 1,5 milyon kişinin takip ettiği ve onlarca markayla reklam projeleri geliştirmiş bir içerik sitesi haline getirdi.





“Hemen hemen her gün kendime Őu soruyu soruyorum;

‘Yapabileceğim en önemli Őeyi mi yapıyorum?’

Yardım edebileceğim en önemli sorun üzerinde çalıştığımı hissetmiyorsam, zamanımı harcadığım Őey beni tatmin etmiyor. İşte bu Şirket de tamamen bundan ibaret.”

Mark Zuckerberg, Facebook hakkında konuşurken...



Program Ayrıntıları

Eğitim kimler için uygun?

- Şirket ve Marka Yöneticileri
- Strateji Geliştiricileri
- Pazarlama Sorumluları
- Kurumsal İletişim Sorumluları
- Medya Planlama Departmanları
- Dijital Kariyer Hedefleyen Öğrenciler
- Ajans Yöneticileri
- İnternet Girişimcileri
- Yazılımcılar

Neden?

Snap, story, tweet, blog, video, fotoğraf, podcast, check-in, yorum, liste, quiz... İnternette ürettiğimiz ve tükettiğimiz görsel, metinsel, işitsel her malzemenin en büyük ortak noktası hepsinin aslında birer **"içerik"** olmaları. Markalar, ajanslar ve mecralar için ise içerik en önemli pazarlama ve iletişim aracı. Bu içerikleri bir amaca yönelik olarak üretmek ve tüketilmesini sağlamak mümkün. Bu eğitimizde markamızın amacına göre nasıl içerik üretebileceğimize dair stratejilerden bahsedeceğiz.





Bu eğitim programı ile cevabını bulabileceğiniz sorulardan birkaçı:

- İçerik Pazarlamasına Giriş
 - İçerik pazarlaması nedir, ne değildir?
 - İçerik pazarlamasının dünü, bugünü ve geleceği
- İçerik pazarlaması stratejisi oluşturmak
 - Neden stratejiye ihtiyacımız var?
 - Hangi hedefler için strateji çalışıyoruz?
 - İçerik pazarlaması stratejisi oluşturulurken nelere dikkat edilir?
- İçerik pazarlamasında tüketiciyi dinlemek
 - İçerik pazarlamasında tüketici neden önemli, neden tüketici olmadan olmaz?
 - İçerik tüketicisi ne bekler, ne ister, neyi beğenir?
 - İçerik pazarlaması için neden personalara ihtiyaç duyulur, persona nasıl oluşturulur?
- İyi içerik üretmenin doğruları
 - İyi içerik nedir?
 - Hem düzenli hem de iyi içerik nasıl üretilir?
 - Hangi kanallardan nasıl içerik yayınlamalı?
 - Dünyadan ve Türkiye'den iyi içerik üreticileri, marka hikayeleri
- İçerik pazarlaması case incelemeleri
 - Sosyal medya içerik pazarlaması
 - Video içerik pazarlaması
 - Etkinlik içerik pazarlaması
 - İçerik pazarlaması ve SEO



Referanslar & İletişim



Tüm sorularınız için bizimle
iletişime geçebilirsiniz.

Necip [at] pazarlamasyon [nokta] com

Bilgi [at] pazarlamasyon [nokta] com

(0212) 216 15 16