

موضوع پژوهش: بازاریابی محتوا از نگاه کسب و کارهای ایرانی
جامعه آماری: استارت آپها و سازمانهای ایرانی
حجم نمونه: ۲۴۱ کسب و کار
زمان پژوهش: ۶ الی ۹ مرداد ۱۳۹۷
مکان: نمایشگاه ال کامپ

هدف اصلی شما از بازاریابی محتوا چیست؟

فروش



معرفی خدمات



جذب مخاطب



برندینگ



تمرکز اصلی شما بر استفاده از کدامیک از کانالهای انتشار محتوا است؟

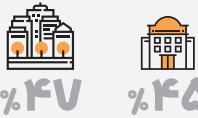
وبسایت خود



شبکههای اجتماعی سایرین



شبکههای اجتماعی خود



وبسایتهای سایرین



فرآیند بازاریابی محتوا را در سازمانتان چگونه اجرا میکنید؟

در داخل سازمان



برون سپاری تمام فرآیند



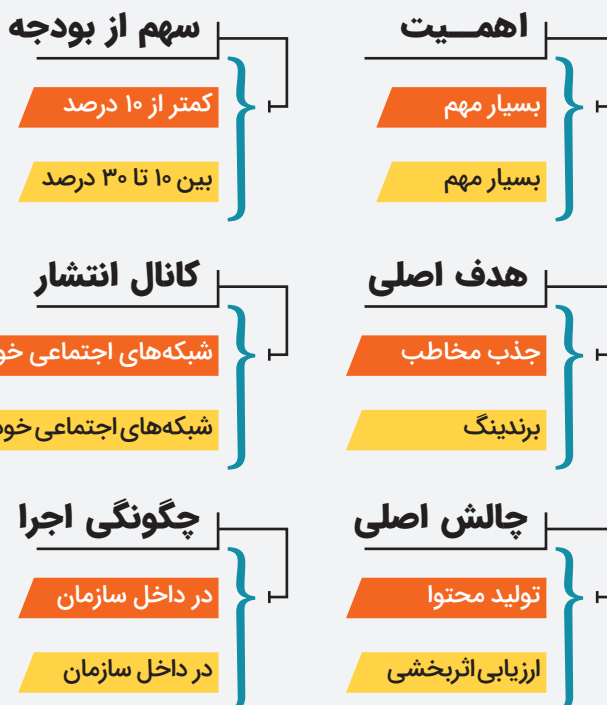
برون سپاری بخشی از فرآیند



دورکاری



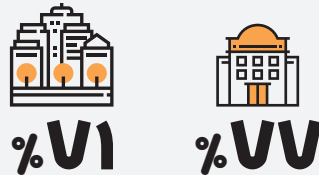
نتایج پژوهش بازاریابی محتوا در نگاه کسب و کارهای ایرانی



این پژوهش از نوع میدانی و با هدف شناسایی جایگاه بازاریابی محتوا در میان استارت آپها و سازمانهای ایرانی، اجرا شده است. در این پژوهش مدیران کسب و کارها در مورد اهمیت بازاریابی محتوا، اهداف اصلی از به کارگیری این رویکرد استراتژیک، سهم بودجه اختصاص یافته به این روش از کل فرآیند بازاریابی و همچنین درباره چگونگی و چالشهای اجرای بازاریابی محتوا اظهار نظر کردند. این پژوهش توسط تیم پژوهشی فرامختوا در نمایشگاه ال کامپ سال ۱۳۹۷ اجرا شد که در مجموع چهار روز متوالی ۲۴۱ کسب و کار به سوالات پاسخ دادند.

اهمیت بازاریابی محتوا را چگونه ارزیابی می کنید؟

بسیار مهم



مهم



بسیار کم

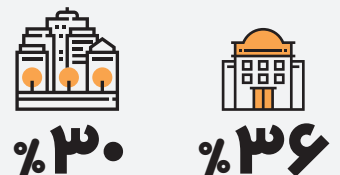


کم

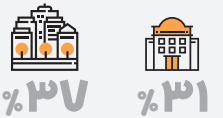


چند درصد از بودجه بازاریابی شما به بازاریابی محتوا اختصاص دارد؟

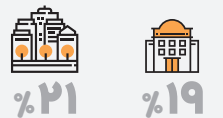
کمتر از ۱۰ درصد



از ۱۰ تا ۳۰ درصد



از ۳۰ تا ۵۰ درصد

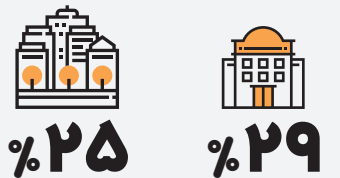


بیشتر از ۵۰ درصد

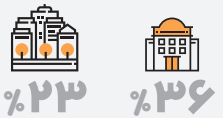


بزرگترین چالش شما در پیاده سازی بازاریابی محتوا است؟

ایده پردازی



تولید



انتشار



ارزیابی اثربخشی

