

Strategia publikowania treści wideo w internecie

HUB

- Regularnie publikowane materiały, adresowane do największej grupy twoich potencjalnych klientów
- Twoje doświadczenia, motywacje, reakcje
- Cel: podtrzymywanie zaangażowania subskrybentów
- 60% twojej treści

HERO

- Materiały przyciągające szczególną uwagę, wyróżniające się wśród innych
- Nawiązania do trendów i bieżących wydarzeń
- Cel: zwiększanie świadomości marki
- 10% twojej treści

HELP

- Materiały bazujące na sygnałach od odbiorców i zachęcające do zaangażowania
- Najczęściej zadawane pytania, palące problemy
- Cel: przyciąganie przedstawicieli grupy docelowej
- 30% twojej treści

Źródło: Amy Schmittauer, *Video Blogging*, Youpreneur Summit 2017

Więcej na temat publikowania w internecie treści, które służą twojej marce: MałaWielkaFirma.pl/200