

# Content marketing in cifre

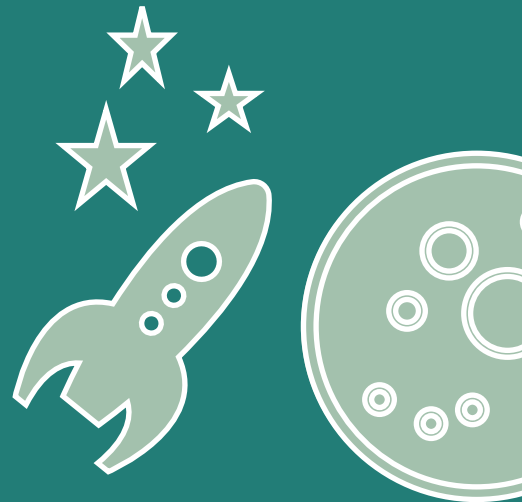
## Content marketing



**Content marketing**, ovvero marketing strategico incentrato sulla creazione e la distribuzione di contenuti di valore, pertinenti e coerenti con gli obiettivi di attrarre e coinvolgere un pubblico-target ben definito e, in ultima analisi, di guidare i clienti verso un'azione che sia redditizia. (Content Marketing Institute)

### Il content marketing

- porta al **62% di lead in più** rispetto all'outbound marketing (advertising e campagne pubblicitarie tradizionali) e **costa tre volte meno**.
- **genera conversioni sei volte maggiori** rispetto ad altri metodi: il 2,9% contro lo 0,5%. I tempi sono più lunghi, ma i risultati più duraturi.



## Content marketing / b2b - marketer

- Il **93%** di coloro che si occupano di marketing b2b promuovono attività di content marketing.
- L'**88%** dei marketer statunitensi considerano il content marketing come parte di più ampie strategie di comunicazione digitali.
- Il **53%** di essi ha dichiarato di mettere il content marketing **in cima alle strategie aziendali** di inbound marketing. Inoltre, il **28% del budget** a loro disposizione è destinato alla creazione di contenuti.
- Il **92% dei marketer** americani vede il **contenuto come un asset aziendale**.
- Nel **73% delle imprese** (e organizzazioni) USA è presente una figura professionale che sovrintende alla content strategy.
- Le **piccole imprese** che utilizzano il blog per generare contenuti ottengono il **126% in più di crescita lead** rispetto a quelle che non lo fanno.



## Content marketing / b2b - buyer

- Il **95% dei buyer** di imprese statunitensi durante il processo d'acquisto **considera la produzione di contenuti affidabili** un parametro per giudicare un'azienda e la sua offerta.
- Il **66%** è convinto che le aziende dovrebbero **facilitare l'accesso** ai propri contenuti (form da compilare con meno campi o accessibilità con un solo clic).
- Per l'**88%** dei buyer, i produttori di contenuti devono concentrarsi **meno sulle specifiche del prodotto** e più sul valore dei contenuti.
- Il **75%** crede che le **aziende produttrici dovrebbero utilizzare più dati** per sostenere le affermazioni e le tesi proposte nei loro contenuti.
- Il **78% di essi**, inoltre ha fatto affidamento su un **white paper** per prendere decisioni d'acquisto nell'ultimo anno.
- Il **45% dei top manager** USA dice di apprezzare quei contenuti scritti di oltre 1.200 parole.



## Content marketing - Ad-Block

Si stima che nel 1984, un individuo veniva in contatto - in media - con 2.000 pubblicità al giorno. Dal 2014 questa media è salita a 5.000.

- Circa **620 milioni** di **dispositivi** dispongono di software **Ad-block** che impediscono agli utenti di visualizzare la pubblicità.
- L'**11% degli utenti internet** nel mondo usa sistemi per bloccare gli annunci pubblicitari quando naviga.
- La penetrazione dei sistemi software per bloccare le pubblicità negli **USA è del 18%, 16% in UK, 11% in Francia e 29% in Germania**.
- In **Italia sono installati nel 17%** dei dispositivi (1% mobile e 16% pc desktop).

