

Sisältömarkkinointi ostopolun eri vaiheissa

kenelle	mitä myydään	paljonko vie kuluttajan aikaa	missä muodossa	kuinka usein julkaistaan	tavoite	lähestyminen
#1 vaiheen ostajia varten	kakkosvaihetta	7 sek - 2 min	some-päivitys, Instagram-kuva, otsikko	päivittäin	ohjata omille verkkosivuille	"puhu mun tunteista, älä sun tuotteista"
#1 vaiheen ostajia varten	kakkosvaihetta	2 - 7 min	blogi, video, podcast, infografiikka, uutiskirje	viikottain	vahvistaa omaa asemaa	"tiedän, että sun ongelma x aiheuttaa ne tunteet, tässä siihen ratkaisu Y"
<p>#1 vaiheen ostajia varten tarvitset myös ilmaislahjan jonka saa heti itselleen sähköpostiosoitetta vastaan. Sen avulla saat avattua keskusteluyhteyden</p>						
#2 vaiheen ostajia varten	kolmosvaihetta	7 - 20 min	video, eKirja, verkkosivu	2-12 x vuodessa	lisätä luottamusta	menestystarinat, jotka kertovat lisää ongelman ratkaisemisen hyvistä puolista
#3 vaiheen ostajia varten	tuotetta tai palvelua	20 - 90 min	video, webinaari, tuotejulkistuskampanja	2-12 x vuodessa	myydä tuote	avaa itse ratkaisua, toivottua muutosta ja listaa ominaisuudet joista se rakentuu