

CONTENT PRODUKTOWY – JAKA JEST JEGO WARTOŚĆ W GENEROWANIU SPRZEDAŻY?

Co składa się na content produktowy?

Content produktowy to cała treść znajdująca się na naszej stronie, która związana jest ze sprzedawanymi przez nas produktami oraz usługami. Jego główny trzon stanowią opisy produktów. Ich głównym zadaniem jest zachęcenie odbiorcy do zakupu, są wirtualnym odpowiednikiem doradcy klienta, którego znaleźć można w sklepie stacjonarnym. Content produktowy to także specjalne artykuły produktowe – teksty, które pozwalają nam zbudować wizerunek eksperta i znawcy danej branży. Przekazujemy w nich wiedzę, np. o sposobach na zastosowanie produktów znajdujących się w naszej ofercie. Dzięki nim wzbudzamy zaufanie, a także zaangażowanie, gdyż przy odpowiedniej częstotliwości publikacji możemy pozyskać szerokie grono aktywnie komentujących czytelników. Idąc tym tropem, do naszej listy możemy dodać user generated content, czyli całą treść generowaną przez użytkowników. Poza komentarzami pod artykułami mogą to być również opinie, np. w formie gwiazdek lub możliwość publikacji zdjęć, na których nasz klient wykorzystuje zakupione produkty.

Jak ważny jest dobry content produktowy?

Odpowiednio opisane produkty w sklepie są w stanie przyciągnąć wielu potencjalnych klientów. Dobry opis produktu bezpośrednio zachęca użytkownika do kupna towaru, a także wpływa na wysokie pozycjonowanie naszej strony w wynikach wyszukiwania. Tym samym jesteśmy w stanie upiec dwie pieczenie na jednym ogniu – najpierw sprawiamy, że internauci odnajdują nas w wyszukiwarce w trakcie poszukiwań interesujących ich rzeczy, a następnie skutecznie zachęcamy do skorzystania właśnie z naszej oferty. Angażując użytkowników budujemy z nimi długoterminową relację. Sprawiamy, że chętnie wracają do naszego sklepu, czytają naszego bloga i dzielą się swoimi opiniami. Łącząc to z aktywnością w social mediach, możemy zbudować bazę stałych klientów, regularnie odwiedzających naszą stronę.

Content produktowy a SEO

O pozycjonowaniu w wyszukiwarkach już wspominaliśmy, ale warto podkreślić to jeszcze raz. Zarówno content produktowy jak i cała strategia content marketingu są świetnymi sposobami na “bycie zauważonymi” w Internecie. Umożliwiają one wygenerowanie sporej ilości treści, która może zostać opatrzona odpowiednimi słowami kluczowymi. Dzięki temu, z każdym kolejnym artykułem czy opisem, nasza strona pnie się w górę wyników wyszukiwań pod coraz to innymi frazami kluczowymi. Tym samym trafia do nas więcej klientów, a nasz biznes prężnie się rozwija. Działając na innych frontach także możemy wykorzystywać content

marketing. W mediach społecznościowych świetnie sprawdzają się posty, które wzbudzają zainteresowanie i na bieżąco reagują na wydarzenia i trendy. Dobrym pomysłem jest również wykorzystanie formatów takich jak wideo, np. na portalu YouTube.

Konkluzja jest prosta: im lepszy i bardziej unikalny content produktowy znajduje się na naszej stronie, tym większą sprzedaż będziemy generować. Dlatego warto oddać się w ręce [doświadczonej agencji marketingowej](#), która zadba o Twoje opisy produktów oraz treści, które przyciągną wielu klientów.