

Professor: Marketing er Content

12. sep 2013 Skrevet af Christian W. Larsen, Markedsføring



Foto:Scanpix/Iris

Ifølge opfinderen af integreret marketing, professor Don E. Schultz, er brand præferencerne i frit fald. Vejen ud af moradset hedder content marketing.

Content Marketing World: Let's face it. Vores branche er hårdt plaget af ubrugelige buzzwords og ny vin på gamle flasker. Det vrimer med forsøg på at tage patent på modeller, der siger præcist det samme som de andre modeller, farven er måske bare ny.

Og mange mærkelige udtryk er opfundet for at give liv til produkter og præsentationer, der ikke rigtig var brug for. Dr. Doolittle, der solgte Snake-Oil på prærien fra sin hestevogn, har ikke levet forgæves.

I går var der en undtagelse til Content Marketing World-konferencen i Cleveland, Ohio. Han hed Schultz. Professor Emeritus i marketing ved Northwestern University's Medill School, Don E. Schultz, med årtiers erfaring og 13 bøger under bæltet. Og en noget dystert nyhed til marketing-faget.

– Brands har problemer. Vi har lavet research ved hjælp af tal fra de sidste ti år, og de viser entydigt, at brand præferencer er faldende over en bred kam. Brands bliver opfattet som ens.

– De er blevet en standardvare. Det, marketingsfolk gør i dag, trænger ikke igennem, det differentierer ikke, og deri ligger problemet. Man kan ikke tage en høj pris for en standardvare. Man kan slet ikke gøre noget med en standardvare, forklarer Schultz, som var en af keynote speakerne på konferencens næstsidste dag.

Han mener, at marketingsfolk er blevet forblændet af gadgets og gizmos og apps og deals og promotions. Og i stedet har de glemt den gode historie

– Men branding handler alene om content, og om at fortælle historier. Det er det, der bør være centralt i jeres roller. Content marketing er fremtiden for alle typer af marketing og branding. Det handler om at bygge communities, det handler om at engagere, og det handler om, at kommunikere til et individ i stedet for et massepublikum.

Content er fremtiden