

# Content Marketing Trends 2021

# Index

**Contenuti video**

**Webinar**

**Podcast**

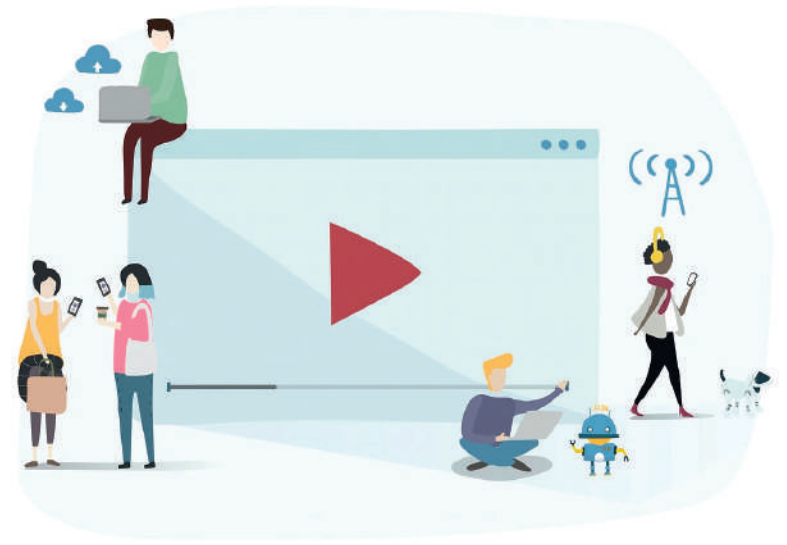
**Featured snippet**

**User-generated content**

**Search intent**

**Partnership**

# Contenuti video



Nell'anno passato, l'**85%** delle aziende ha usato il video come strumento di marketing.

Il **96%** degli utenti usa i video per conoscere meglio un prodotto o un servizio.

**Una persona su 3** è stata convinta a comprare o scaricare un'app grazie a un video.

# Webinar



È un format in costante **ascesa**.

Il **77%** delle agenzie di marketing usa il webinar nella propria strategia.

Per un **acquirente B2B** su due afferma il webinar gioca **un ruolo chiave** nella decisione d'acquisto.

# Podcast



■ **Non necessitano** di grandi sforzi di produzione.

■ Sono **veloci** da creare e possono essere **riutilizzati**.

■ **Nel 2021** la spesa pubblicitaria per i podcast raggiungerà i **354 milioni di dollari**.

# Featured snippet



È **l'elemento più visibile** quando si cerca qualcosa online.

**3.5 miliardi di ricerche** su Google ogni giorno.

L'**80%** delle ricerche vocali su Google portano a featured snippet.

# User-generated content

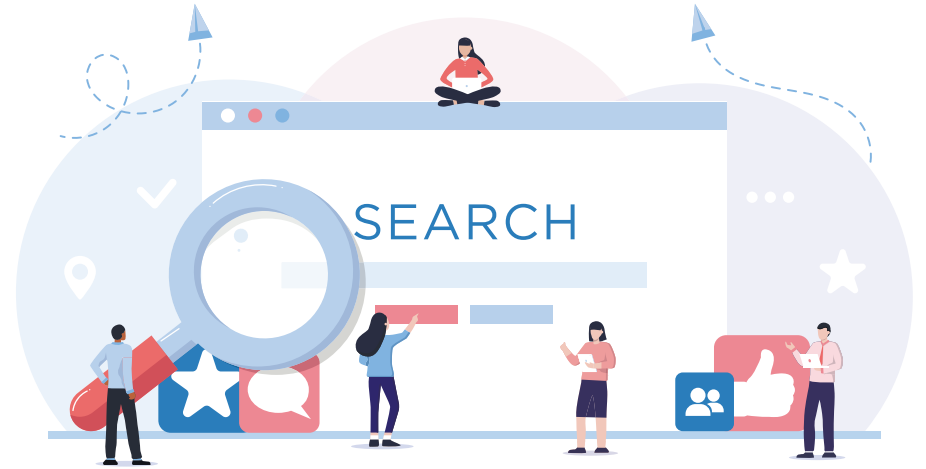


Se dai alle persone **i mezzi**, sono disposte a **creare contenuti per te**.

Gli UGC ottengono la fiducia dei consumatori il **92%** in più rispetto ai contenuti aziendali.

Una strategia economica e di sicuro **effetto a breve e lungo termine**.

# Search intent



Rappresenta l'**intento reale** per cui viene fatta una ricerca su Google.

Può essere **informativo, direzionale, commerciale** o **investigativo**.

Individuare l'intento di ricerca dei propri prospect permette di **farsi trovare sul web**.



# Partnership



Il content marketing porta anche promozione incrociata e **costruzione di partnership**.

Le aziende sono disposte a **collaborare** per creare contenuti che facciano **conoscere il loro brand**.

Le relazioni con i partner **aumentano** l'esposizione e quindi **il guadagno**.