

A young woman with dark hair, wearing a red and black plaid shirt, is smiling at the camera. She is sitting at a desk in an office. In the background, another person is working at a desk. The text is overlaid on a green background.

**ВАСИЛЕНА
ВЪЛЧАНОВА,**
*специалист по маркетинг
чрез съдържание*

Василена Вълчанова е специалист по маркетинг чрез съдържание с над 10 години опит в сферата на комуникациите. В момента работи в онлайн платформата за изготвяне на автобиографии Enhancv. Преподавател е и в програмата по дигитален маркетинг на SoftUni – SoftUni Digital, като води модул Content Marketing. Има два блога за маркетинг на български и английски език – vasvalch.com и Valchanova.me. Работила е като маркетинг и PR експерт в различни компании, сред които онлайн магазина Ozone.bg. Завършила е „Връзки с обществеността“ в Софийския университет и има магистърска степен по „Международни комуникации“ от Нов български университет и Leeds Beckett University.

Моята професия

Съдържанието е основата на добрия маркетинг. То е начин да изградим истинска връзка с потребителите, да създадем доверие. Това е маркетинг практика, която не дава директен резултат при изпълнение, но носи дългосрочни ползи на марката и тези ползи работят с натрупване - колкото повече стойност носим на потребителите, толкова по-добри резултати виждаме спрямо своите маркетинг цели.

Затова маркетингът чрез съдържание няма да ни напусне скоро. За разлика от практики, които се автоматизират все повече, създаването на съдържание зависи от множество фактори и не може лесно да се предаде на алгоритми. Въпреки че не е бил наричан по същия начин, маркетингът чрез съдържание е актуален от векове и ролята му в днешната претрупана дигитална среда само се увеличава.

Моето образование

В повечето случаи маркетолозите се обучават в по-обща среда и се специализират след изграждането на начален опит. Аз съм завършила бакалавърска степен „Връзки с обществеността“ в Софийския университет, а след това направих магистратура по „Международни комуникации“ в Нов български университет и Leeds Beckett University.

За маркетинг специалистите е добре да се натрупа база от знания, свързани с маркетинг, копирайтинг, психология и поведение на потребителите. Все по-важно в днешно време е измерването на резултатите – затова е добре маркетолозите да имат базови познания по статистика и измерване на резултати.

Моят път готуък

Моят път през маркетинг спектъра е доста разнопосочен. Занимавала съм се с организиране на събития, от представяне на висок клас автомобили в Софийската опера до организиране на ветроходни състезания. Работила съм като PR експерт за различни марки в сферата на потребителската електроника – Dell, LG Electronics, Razer и други. Работила съм за е-магазина Ozone.bg, където направихме цялостен ребрандинг на сайта и разширихме портфолиото от 4 до 12 продуктови категории. В момента работя за българския стартъп Enhancv, а в свободното си време се занимавам с проекта за популяризиране на науката Ratio.

Първата ми среща с маркетинга чрез съдържание е създаването на личния ми блог за маркетинг, който започнах през 2007 г. Това е най-ефективният канал, който имам, за създаване на персоналния ми бранд, а през годините той е допринесъл за много оферти за работа, познания с други специалисти и съвместни проекти. >>

Моите задачи и отговорности

Ежедневната работа на маркетинг специалистите, свързана със съдържание, е доста обширна. Тя включва създаване на различни видове съдържание, които носят стойност на потребителите. В това число можем да включим текстове за блог постове, снимки, линкове и статуси за социални мрежи, ексклузивна информация за нашите email абонати, видеа, предавани на живо, и много други формати. Съществуват и по-обемни формати, изискващи повече предварителна подготовка, например вебинари (онлайн семинари, обикновено безплатни срещи със записване с email адрес) и е-книги на различни теми, от които се интересуват потребителите.

Ако минем на по-високо стратегическо ниво, специалистът по маркетинг чрез съдържание отговаря за правилното дефинира-

не на аудиторията – той създава профил на читателите, в които се описват техните интереси, предпочитания. На база на този профил формира цялостната стратегия за съдържание: какви теми се покриват от марката, какви типове съдържание пасват на тази аудитория, колко често публикуваме и др.

Нужни умения и опит

Уменията могат да се групират в три категории. На първо място, за фактическото създаване на съдържание трябва да имаме на практика журналистическа подготовка – разбираме как се пише качествен текст, как се подготвя интервю или друг тип съдържание. Тук са задължителни и редакторски умения – от една страна, писане без грешки, от друга, формулиране на съдържанието по ясен, четим, разбираем за публиката начин.

На второ място, за маркетинг специалистите като цяло са необходими базови познания по психология на потребителите, убеждаване и влияние. Това са меките умения, които сме свикнали да свързваме с маркетинга и рекламата.

И на последно, но не и по важност, място, трябва да развиваме умения, характерни за новата дигитална среда. Да работим с данни и да подобряваме съдържанието, базирайки се на данни. Днес имаме адски много количествена информация за успеха на съдържанието – знаем колко хора са го видели, колко време са прекарвали на страницата, дали след това са направили друго действие, или са напуснали сайта. Това е значима възможност, но и сериозно предизвикателство, защото трябва да развиваме умения за анализ, да имаме базови познания по статистика.

Разбира се, можете да започнете развитие като специалист по маркетинг чрез съдържа-

ТЪРСЕНИ УМЕНИЯ

- ✓ умения за писане - създаване на интересни и ясни текстове, които привличат вниманието
- ✓ разбиране на аудиторията - умения за дефиниране на аудиторията и напасване на темите съобразно нейните интереси
- ✓ организация и координация - планиране на график за създаване на съдържание и напътстване на всички страни да свършат работата си в срок
- ✓ готовност за учене и любопитство към нови идеи

ние, преди да сте усвоили всички тези умения – така или иначе средата е толкова динамична, че ученето през целия ви професионален път е част от играта.

Моите прегизвикателства

Нещо, с което се борим ежедневно, е да спазваме графиците си за публикуване на съдържание. Всеки материал е дело на минимум няколко души – автор, редактор, дизайнер... Това означава, че постоянно управляваме минипроекти за всеки тип съдържание, което излиза на бял свят. Трябва да координираме работата на различни професионалисти и да премахваме пречки, които забавят процеса.

Отделно трябва постоянно да следим развитието на нови формати за съдържание. Само допреди година-две видеото не беше толкова актуално, а за live video повечето брандове дори и не се замисляха. Днес това е просто стандартна добавка към микса, включително и за малки бизнеси.

Моето удоволствие

Удоволствието идва най-вече от това да видиш как си донесъл истинска стойност на потребителя – показал си нещо полезно или си го накарал да се забавлява. Голямата сила на маркетинга чрез съдържание е в това, че той сам по себе си е добра причина аудиторията да обърне внимание – не заради отстъпки, промоции или други маркетинг заигравки, а защото създавате нещо стойностно.

Заплатама

В зависимост от компанията и уменията на кандидата стартовото заплащане върви около 700 - 800 лева. С развитие на уменията тази сума може да нарасне 2-3 пъти. Това, което мога да препоръчам, е, ако сферата ви е инте-

ресна, да не чакате перфектната платена позиция – можете да започнете, като създавате съдържание на доброволчески принцип за НПО или за бизнес на приятели. Така ще натрупате начален опит и вече ще имате зад гърба си реализирани кампании. Фокусирайте се и в това да изберете правилната компания – създаването на съдържание е колкото професия, толкова и вдъхновение. Ако не се интересувате поне малко от сектора на компанията, няма как да създадете наистина интригуващо съдържание.

Моите планове за развитие

В момента моите занимания минават доста отвъд маркетинга чрез съдържание в цялостното създаване на дигитални стратегии и следенето им. Затова в момента се фокусирам силно върху измерването на резултати и анализа кои са най-ефективните дигитални канали за нашия бизнес. Предстои ми сериозно четене, посещения на курсове в чужбина и постоянно гледане на онлайн лекции за измерване.

Моите източници на информация

На тема дигитален маркетинг разчитам основно на онлайн ресурси, защото те успяват да ме държат в течение с новите тенденции. Сайтът на Content Marketing Institute е най-добрият ресурс за маркетинг чрез съдържание и покрива както теми за начинаещи, така и за напреднали. Тъй като много от съдържанието, което произвеждаме, е насочено към социалните мрежи, редовно чета Social Media Examiner за новините в тези канали.

Разчитаме и на много класически ресурси, валидни за маркетинга като цяло. Такива са базовите учебници за маркетинг от Филип Котлър, „Научната реклама“ (Scientific Advertising) на Клод Хопкинс, „Психология на убеждаването“ от Робърт Чалдини. ●