informa markets

如何监控竞争对手的内容营销策略

2019.12.10

Information Classification: General

监测竞争对手的内容营销是品牌制定自己的内容营销战略的重要步骤。找出对竞争对手有效的方法，可以让品牌了解客户可能会回应的内容类型和需求。

市场营销团队可以使用很多工具来深入挖掘内容分析，并监控竞争对手的内容营销策略。这里有一些创造性的方法来关注竞争对手。

1. 注册接受竞争对手的所有邮件

根据一本B2B杂志的调查，59%的营销人员认为电子邮件是最有效的创收渠道。这证明了营销团队应该监控竞争对手发送给潜在客户和客户的电子邮件。各品牌应该使用个人电子邮件地址订阅竞争对手的网站，或者如果它们希望隐蔽些，可以使用不包含公司名称的电子邮件地址订阅。

通过注册竞争对手的电子邮件列表，营销团队可以更多地了解公司的文化、商业新闻、季节性活动、内容类型和发布内容的频率，以及竞争对手如何定位目标受众。

Information Classification: General

2. 分析视频内容

Cisco的一项研究显示，到2019年，81%的消费者互联网流量将是视频。许多品牌将视频作为内容营销策略的一个组成部分。营销团队应该检查竞争者是否在使用视频，并观察评论数、views和shares。

参与度是衡量内容表现的一个很好的指标。查看哪些视频拥有最多的浏览量，评估视频标题和描述中的目标关键词，并记录任何值得注意的内容。各品牌还应该订阅竞争对手的频道，以便获得新视频的提醒。

3.跟踪社交媒体状态

许多公司活跃在众多的社交媒体渠道上。因此，各大品牌应该在所有它们存在的网络上追踪竞争对手。通过跟踪或打开任何更新通知来监视竞争对手的活动。品牌可以观察他们的帖子基调，他们使用的图片，以及他们整个社交媒体策略的有效性。如果竞争对手共享的特定类型的内容获得了较高的参与度，那么品牌可以考虑使用类似的方法。

Information Classification: General

4. 审查有最好表现的内容

品牌可以通过观察对手表现最好的内容来了解竞争对手的内容策略。当没有其他指标可用时，分享数（shares）是评估这些内容的最佳指标。

5、确定最佳关键词

为内容选择正确的关键字会极大地增加公司网站出现在网上搜索中的机会。

知道哪些关键字是驱动流量和竞争较少的，品牌可以找到相关的关键词来target创建的内容

6、监控竞争对手网站的变化

最后，品牌应该监控竞争对手的网站或博客是否有重大的设计或信息变化。例如，市场营销人员需要了解竞争对手是否推出了新产品或服务，以及他们自己网站的内容和信息策略。评估竞争对手的整体内容体验是很重要的。他们在网站上使用什么颜色和字体?他们如何组织网站上的内容?查找信息容易吗?品牌应该意识到竞争对手是如何传递内容的，并确保他们能够给受众提供更好的体验？

Information Classification: General

营销团队有许多方法来监控他们的竞争。跟踪竞争对手的内容对于开发持续增长和发展的内容策略至关重要。随着新的竞争者进入这个行业，品牌必须愿意改变他们的内容策略以适应市场。这样才能在竞争中处于领先地位。

Information Classification: General