informa markets

营销内容发布之前，这10件事情请再次检查

2019.11.19

Information Classification: General

市场部要对企业发布的内容负责任，必须确保内容和信息符合公司的核心价值。这包括确保在输出的内容中没有明显的错误，无论是文本、图像还是视频广告。

在推送内容之前，最好先浏览一下，这样可以及时发现问题，一旦发布，这些问题可能会爆发。

为了缩小你需要特别注意的内容范围，《福布斯》机构理事会的专家就可能出现错误的地方向各机构提供了建议：

1、拼写和语法

一定要反复检查拼写和语法。没有什么比拼错一个单词更让人失去信任的了。客户会认为你无知、不聪明或者懒惰。复制到类似谷歌的文档中，这样就可以看到建议的拼写和语法调整。再偷懒一点的做法就是复制到word文档里面，看看有没有单词和语法的错误，并及时修改。

Information Classification: General

2、标题

通常，我们会先起草一个标题，然后把注意力集中在营销活动的主体上。在编辑过程中，最初的标题常常被忽略，但它却是我们的读者最先看到的东西。确保你的标题和副标题有冲击力，让读者想要更多。他们是我们副本的第一印象。不要“设置它，然后忘记它。”

3、超链接

在点击发送之前，最后一次检查所有的链接。尝试从底部往上浏览内容，这样比较容易校验出错误。

4、数字和数据

在我们发送任何涉及数据或数字的材料之前，要反复检查它们是否正确无误。如果你的数字错了，你马上就会失去潜在客户或现有客户的信任。

Information Classification: General

5、检查不同的浏览器或设备里的内容显示

最大的错误之一是没有检查内容在不同浏览器或不同设备上的显示方式。如果你只是针对一个平台进行布局，比如Outlook，那么你的内容可能无法在Gmail中正确显示。同样的，Mac或PC，平板电脑或手机，都会可能显示不一样的布局。通常情况下，公司只设计一种格式，而功能并不是通用的。

6、设计和视觉效果

在注意力短暂的今天，视觉可以立即吸引读者。在一个活动中，对你的设计元素做一次最终的回顾总是好的。千万不要错过这个机会，确保图片能够加强你想要传达的信息，并且可以在多个渠道和设备之间转换。

7、格式

虽然它听起来微不足道，但是格式会让客户感受到你对细节的关注。确保标题对齐，字体一致，图像清晰。它们都很容易检查，而且比大多数人意识到的更重要。

Information Classification: General

8、内容的语气

确保内容符合你想要的语气。一个有效的语气应该描述你的企业的个性，同时用适当的情感吸引目标受众。想象你是一个阅读内容的潜在客户——你觉得材料有说服力吗？仔细观察措辞和标点符号，看看这些细节是如何影响整个语气的。

9、小细节

制定“第二双眼睛”政策，要求阅读每一篇内容的人都能回顾所有内容——强调“所有内容！”理想情况下，这应该是一个没有参与开发的具有新眼光的团队成员，以避免版本疲劳。要特别注意那些容易被忽略的细节，比如页脚、签名行、地址等等。

10、回顾最初的目的

总是再回顾下，问问你自己，你是否满足了客户的需求/活动的目标？想象一下，你回到学校写论文，反复检查以确保你正确地“回答了问题”。

Information Classification: General