

Marketing traditionnel vs Marketing de contenu : les 7 différences

Marketing traditionnel	Marketing de contenu
Discontinu Succession de campagnes	Permanent Effort continu
Achat média Pour diffuser des annonces	La marque est son propre média Pour diffuser son contenu
Publicité Annonces, slogans, promotion	Storytelling Histoires, reportages, témoignages
Interruption Combat pour détourner l'attention du consommateur à son profit	Attraction Combat pour être pertinent par rapport à l'activité et aux centres d'intérêt du consommateur
Autocentré Discours <u>sur</u> la marque et ses offres	Centré sur ce qui intéresse la cible Discours <u>autour de</u> la marque et de ses offres
Logique de diffusion La marque cherche à diffuser le plus largement possible les messages qu'elle produit.	Logique de conversation La marque encourage la prolifération du contenu qu'elle produit et du contenu produit par ses fans.
Un produit du département Marketing Conçu, géré et réalisé par les équipes Marketing	Un produit de toute l'entreprise Conçu et réalisé par des experts & des opérationnels dans l'entreprise, par le Marketing, piloté par ce dernier.

Source : Altimeter, *Content: The New Marketing Equation*, février 2012