

Interaktiivinen sisältö on tehokasta

Lähteet

2019 State Of Video & Interactive Content, Demand Gen Special Report

The state of interactive content 2018, Zembula

The Symphony of Connected Interactive Content Marketing, CMI & ion interactive, 2017

87%

markkinoijista on sitä mieltä, että interaktiivinen sisältö kiinnittää käyttäjien huomion staattista sisältöä tehokkaammin

68%

markkinoijista on sitä mieltä, että interaktiivinen sisältö tarjoaa merkittäviä mahdollisuuksia passiivisen sisällön uudelleen-käyttöön

73%

markkinoijista on sitä mieltä, että viestin mieleen palauttaminen tehostuu, kun perinteiseen sisältömarkkinointiin yhdistetään interaktiivisuutta

77%

markkinoijista on sitä mieltä, että interaktiivisella sisällöllä voi olla uudelleenkäyttöarvoa — uusintakäyntejä ja useita käyttökertoja

86%

ostajista käyttää mieluummin interaktiivista, tarvittaessa saatavilla olevaa sisältöä kuin staattista sisältöä

4–5x

Interaktiivinen sisältö tuottaa 4–5x enemmän katselukertoja kuin staattinen sisältö