

TEKX04-20-16

## Content marketing

### Problem

I takt med den allt mer växande närvaron på digitala plattformar, har content marketing spelat en allt större roll inom det marknadsföringsarbete som svenska e-handelsbolag bedriver. Förutsättningar och möjligheter till att bedriva content marketing förändras konstant, och projektet ämnar att undersöka och kartlägga dagens situation i Sverige.

### Syfte

Syftet med detta kandidatarbete är att undersöka och kartlägga hur svenska e-handelsbolag arbetar med innehållsmarknadsföring (content marketing).

### Metod

Genom intervjuer och undersökningar kommer information att sammanställas för att fastställa de strategier och metoder som svenska e-handelsbolag använder sig av gällandes content marketing. Informationen ska sedan sammanställas till en kartläggning av svenska företags arbete och kopplas med relevant litteratur. Exempelvis hur de olika bolagens metoder kan kopplat till de sex strategier, kring content marketing, som Angel Wong An Kee och Rashad Yazdanifard nämner i sin artikel "The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices" (2015).

### Prioriterat område

Det sökta projektet faller inom ramen för marknadsföring och strategisk styrning.

Länk till artikel:

<http://web.b.ebscohost.com.proxy.lib.chalmers.se/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=fe20d9cc-8a13-4db6-9ec4-26a907dcd9bf1%40sessionmgr103>

### Föreslaget av:

Adnan Deumic, Eric Jonsson, Simon Ekström