

Content marketing în 2025

Cum îmbini AI și automatizările cu vocea autentică a brandului



Andreea
Albuț

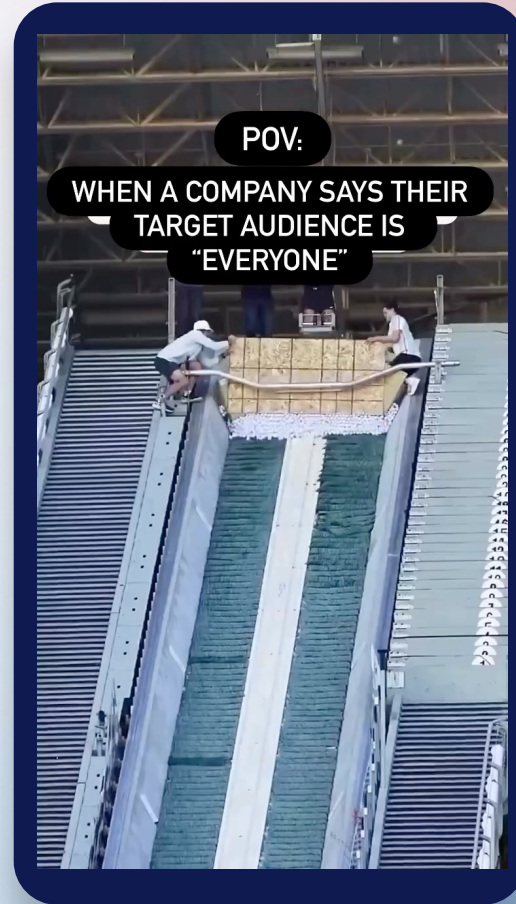


Maria
Deac

CONȚINUTUL B2B ÎN 2025

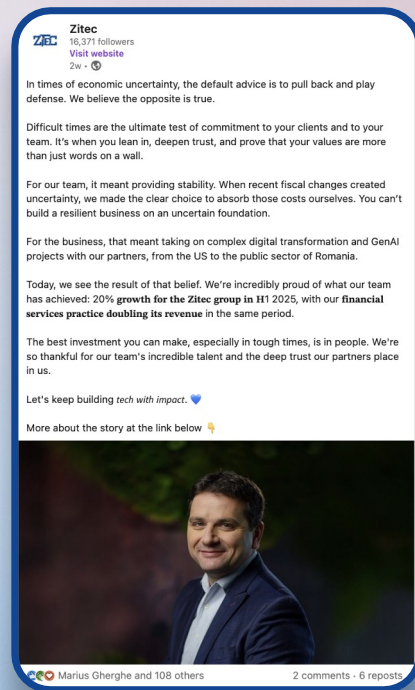
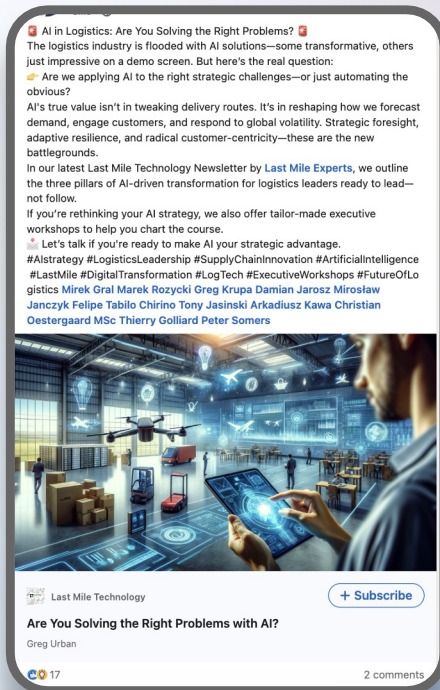
Multă activitate, multă automatizare.

Care este impactul real?



NEVOIA DE A SCALA VS. CERINȚA DE A FI AUTENTIC

Cum produci mai mult, fără să pierzi sufletul brandului?

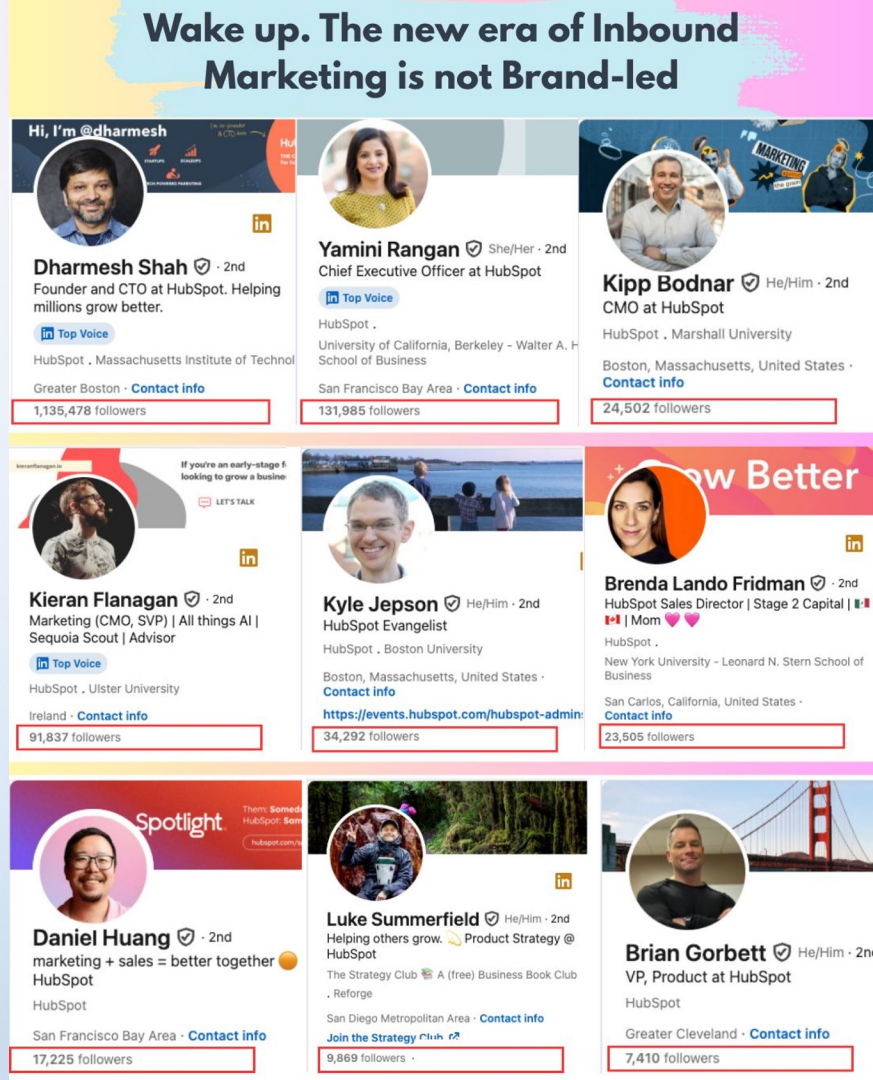


AUTENTICITATEA

Autenticitatea nu e ceva ce declari, ci ceva ce ți se acordă în timp.

Iar AI-ul nu e vinovatul.
E oglinda strategiei și a mesajelor tale.

Sursa foto - [linkedin.com/posts/michaelleibovich](https://www.linkedin.com/posts/michaelleibovich)



STRATEGIA

1

CEI 3 PILONI AI VOCII AUTENTICE

- 1 **MINDSET (Ce crezi?)**
Sunt convingerile și scopul care fac brandul memorabil.
- 2 **BEHAVIOR (Cum acționezi?)**
Modul în care brandul se manifestă în practică.
- 3 **VOICE (Cum te exprimi?)**
Felul în care brandul își transmite mesajele.

Întrebări cheie

MINDSET (Ce crezi?)

Ce ne-ar lipsi dacă brandul ar dispărea?

În ce credem cu tărie (chiar și nepopular)?

Ce alegem să nu facem/sușținem?

BEHAVIOR (Cum acționezi?)

Cum se aliniază deciziile strategice cu valorile declarate?

Cum comunică când greșești?

Cât de des îți ajustezi direcția?

VOICE (Cum te exprimi?)

Care e energia naturală a brandului (data de lideri și organizație)?

Ce tip de vocabular folosește?

Ce lucruri NU spune niciodată?

DE LA IDENTITATE LA MESAJ

Odată ce ți-ai definit vocea, intersectezi identitatea ta cu o nevoie reală din piață.



DE LA IDENTITATE LA MESAJ

- 1 VOICE
Cum sună brandul tău?
- 2 BUSINESS SOLUTION
Ce vinzi/oferi concret?
- 3 MARKET PAIN
Ce problemă reală rezolvi?
- 4 USP (Unique Selling Proposition)
De ce e soluția ta diferită/mai bună?

SCALAREA

2

PILONII SCALĂRII AUTENTICE

După ce ai mesajele cheie, ai nevoie de un sistem care să extragă mai multă valoare din cele mai bune idei ale tale.

- 1 REPURPOSE**
Maximizarea valorii din conținutul existent.
- 2 AMPLIFY**
Extinderea mesajului prin vocile potrivite.

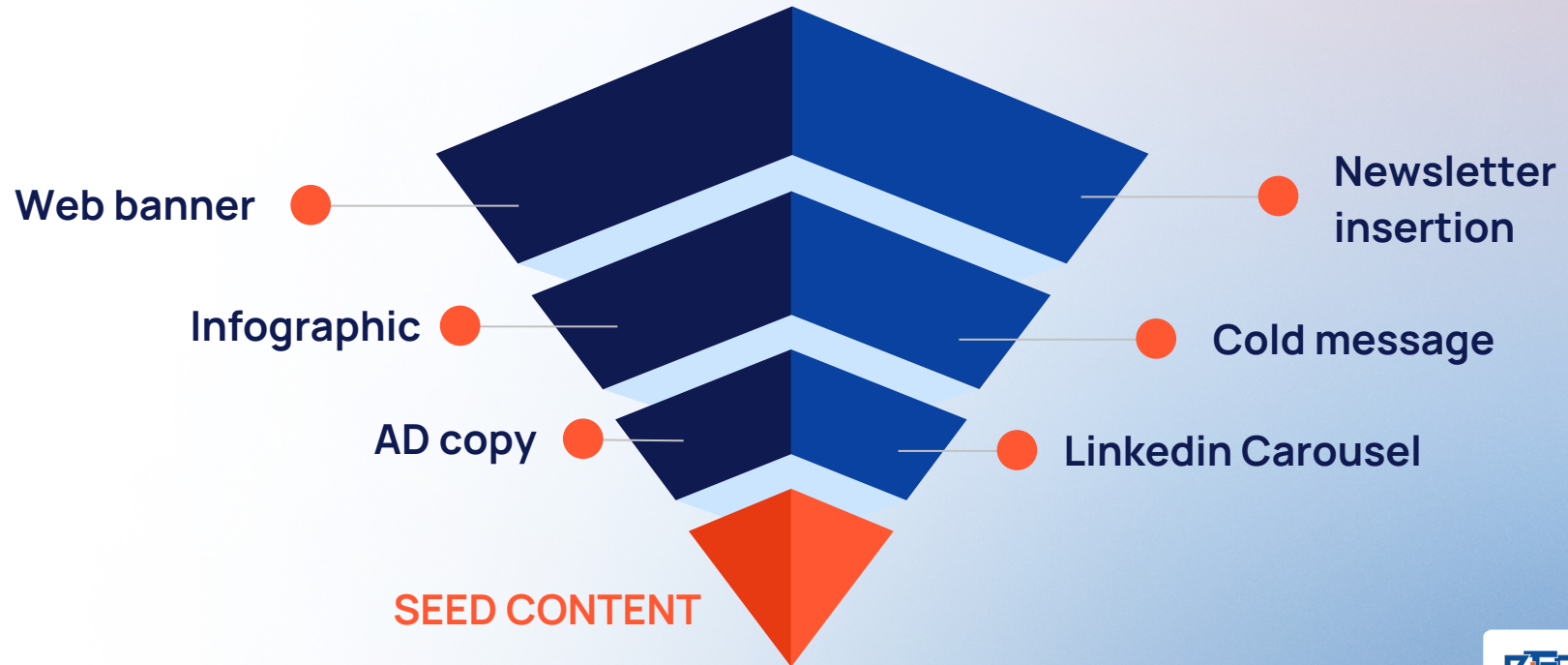
REPURPOSE

PILONUL 1



PILONUL 1 - REPURPOSE

De la un material "seed" de mare valoare → la zeci de formate conexe.



CUM?

DECOMPOSE

Identifici mesajele cheie care rezonază cu audiența.

RECOMPOSE

Reconstruiești aceste mesaje într-o multitudine de formate, folosind un mix de smart prompting și mult input uman.

Repurposing Framework

- 1 Pornește de la un material de referință**
Un articol sau un whitepaper
- 2 Segmentează-l în teme principale utile pentru public**
Extrage cu prompt-uri AI 3-5 sub-teme și pain points cheie
- 3 Creează conținutul în diverse formate**
Folosește template-uri de postări, carusele, ad-uri, etc
- 4 Verifică, ajustează și publică.**

AMPLIFY

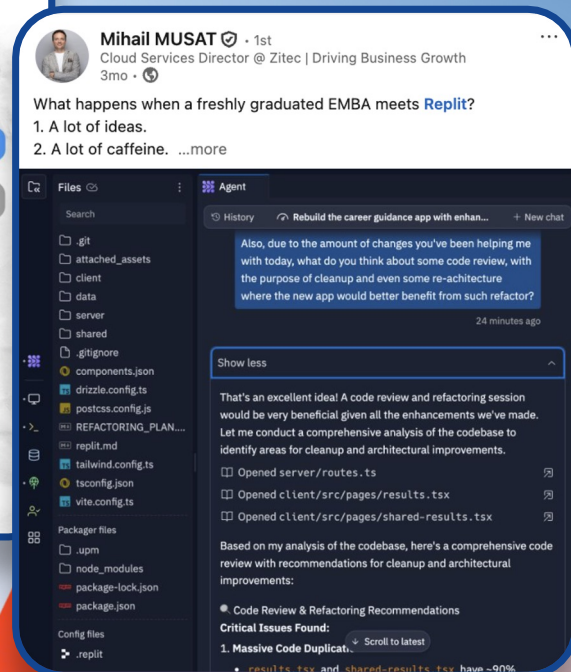
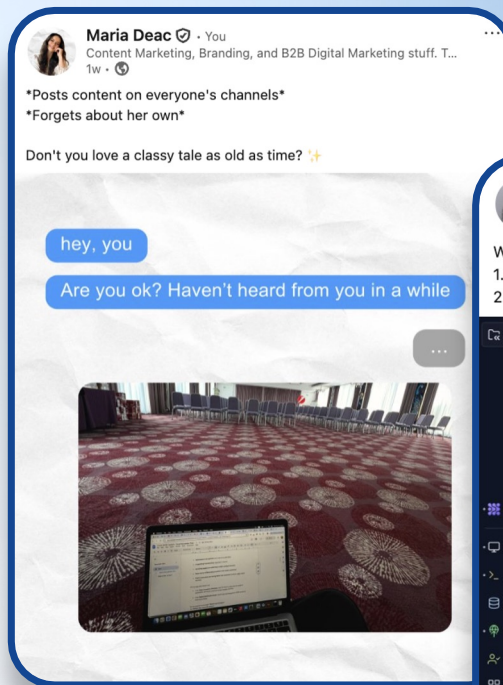
PILONUL 2



PILONUL 2 - AMPLIFY

Amplificăm mesajul prin **voile autentice** ale experților din echipă (employee-led content).

Efort colaborativ și voluntar, susținut de tool-uri (nu impus)



TOOL-UL PENTRU ECHIPĂ: SOCIAL SELLING



Rep Brand Canvas

Use mindfully &
step-by-step

SECTION 1: 🔍 YOUR VOICE, TONE & STYLE >

SECTION 2: 💡 YOUR PERSPECTIVE >

SECTION 3: 🧑‍💻 YOUR LINKEDIN PRESENCE >

SECTION 4: 🗨️ YOUR COPY-PASTE AI PROMPTS >

SECTION 5: 📢 YOUR AMPLIFICATION >

SECTION 6: 📊 YOUR TRACKING METHODS >

Which tone/traits feel most like you when you're "on"? (Choose top 3–5 or add your own)

- Honest
- Challenger
- Sharp
- Calm
- Playful
- Technical
- Inquisitive
- Empathetic
- Mentor-like
- Bold
- Human

Complete the sentence:

"If someone forwarded my post to their team, I'd want them to say: 'You've got to read this — it's _.'" → _

(e.g., *brutally honest* / *finally explains this clearly* / *not the usual fluff* / *made me rethink something* / *feels real*)

Step 3: Uncover What You Actually Care About

Answer at least 3 of the questions below. Be honest. Think like yourself, not a marketer.

1. What do clients or teammates ask you over and over again, because you explain it clearly?

👉 Example: "Why don't people use our dashboards after we launch them?" → Theme: Adoption beats features

2. What gets skipped in your area and creates problems down the line?

👉 Example: "They avoid UX testing, then wonder why conversions drop." → Theme: Testing early = fewer late-stage surprises

3. What buzzword frustrates you and what's the truth behind it?

👉 Example: "Everyone says 'PoC' but no one plans beyond the demo." → Theme: Validation isn't strategy

4. What do you say in meetings or project kickoffs without even thinking?

👉 Example: "Cloud migration is a proven way to lower costs but companies stick to legacy platforms" → Theme: resistance to change and modern tech affects



FORMULA PENTRU PROMPTURILE TALE - CTPF

Context



Oferă povestea din spate.

"Facem A/B testing pe următorul email..."

Task



Folosește un verb de comandă clar.

"Analizează hook-ul & subject line și identifică...."

Persoană



Alocă un rol clar și bine definit.

"Acționează ca un director de marketing..."

Format



Specifică structura dorită a rezultatului.

"...într-un tabel cu trei coloane."

DECI, CUM FACI SCALARE AUTENTICĂ?



Strategie
Clară de
mesaje cheie

Sistem de
Repurpose

Amplify

Unelte (Smart
Prompting)

IMPACT

CU CE RĂMÂNEM NOI?

- 1 Strategie
- 2 Input uman
- 3 Vocea oamenilor
- 4 Validare și îmbogățire content
- 5 Timp la cafeluță ☕

Q&A



Andreea Albuț



Maria Deac



MUĞUMIM!

