

Die Content Marketing Strategie

Für hochwertigen und erfolgreichen Content.

Ziele und Conversion

Content Marketing ist messbar! Verschaffe dir einen Überblick über deine aktuellen Engagement-, Lead- und Conversion-Zahlen. Stecke dir auf dieser Basis ein klares Ziel: Was möchtest du bis wann mittels Content Marketing erreichen?

Content-Kanäle

Die erstellten Inhalte an eine möglichst breite Masse streuen? Ein einfacher Weg aber nicht effektiv. Überlege dir, wo genau sich deine Zielgruppe aufhält. Nur so kannst du herausfinden, wo sie empfänglich für Informationen ist. Auf welchen Kanälen solltest du vertreten sein? Wie musst du deine Inhalte dem jeweiligen Kanal anpassen?

Unternehmens, Produkt- und Marketingstrategie

Überlege dir genau wer du bist und wohin du möchtest. Nur so kannst du die nächsten Schritte definieren. Was ist dein Plan für die kommende Zeit? Was macht deine Marke und deine Produkte einzigartig und wie löst es die Probleme deiner Kunden?

Die Markenstory

Dein Markenkern macht dich und dein Unternehmen aus und unterscheidet es von der Konkurrenz. Dein Markenkern sollte deshalb immer im Mittelpunkt stehen! Welche Botschaften und Themen sind für deine Markenstory wichtig? Wie ist deine Tonalität? Welcher Eindruck soll hinterlassen werden?

Dialog und Community

Gestalte Content, der deine Nutzer zur Interaktion bewegt. Für den Aufbau einer aktiven Community musst du dir überlegen, welcher Dialog auf den jeweiligen Kanälen möglich ist. Was sind die Dos und Don'ts in deiner Community? Wie kann der Austausch gesteuert werden? Wer ist für den Dialog zuständig?

Die Zielgruppe

Nur wenn du deine Zielgruppe richtig gut kennst, kannst du sie gezielt ansprechen. Überlege dir genau, an wen sich deine Marketingaktivitäten richten. Welche Zielgruppe möchtest du für dich gewinnen? Wie tickt deine Zielgruppe? Welche Interessen hat sie?

Content-Planung

Auf der Basis aller Überlegungen bezüglich deiner Ziele, deiner Zielgruppe und Kaufentscheidungsprozesse entstehen Themencluster mit konkreten Inhalten. Welches Content-Format bietet sich an? Welche Tools helfen bei der Erstellung? Wer ist wofür zuständig? All diese Überlegungen können in einem Redaktionsplan festgehalten werden.

Content Promotion

Der anfänglichen Content kann durch eine bezahlte Promotion unterstützt werden. Welche Angebote sind dafür sinnvoll? Wie viel möchtest du investieren und wer kümmert sich um die Betreuung der Kampagnen? In welchen Bereichen, von wem und mit welchen Keywords möchtest du primär gefunden werden?