

Content Strategie

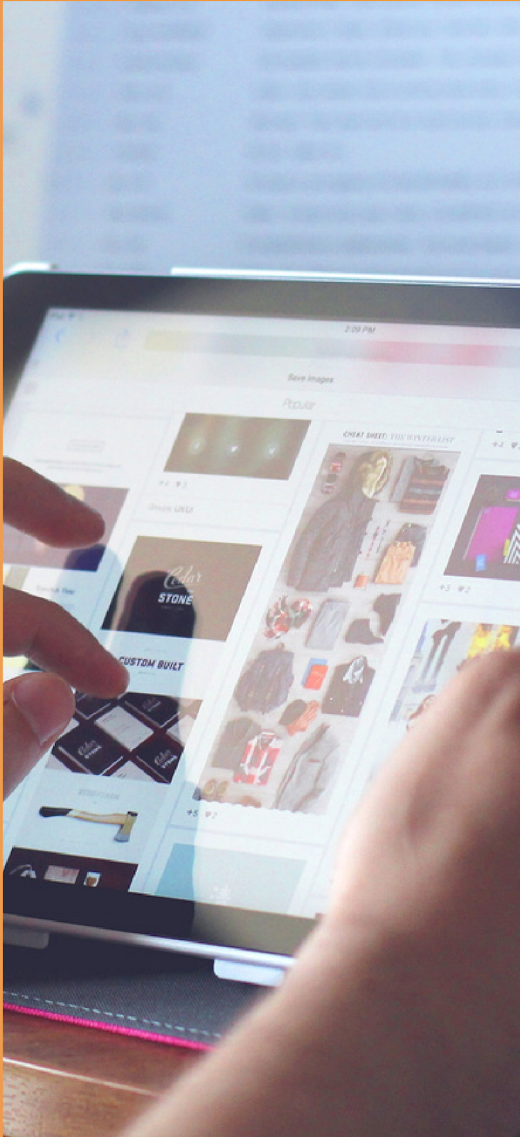
6 SCHRITTE IM CONTENT MARKETING PROZESS



Erstellt von:
SOCIALBUS.DE

Ziele - darauf bauen alle weiteren Schritte deiner Content Strategie auf.

Beispiel-Ziel: Anzahl der Follower / Abonnenten steigern



Social Media Kennzahlen

Bestimme deine Ziele und die entsprechenden Kennzahlen. Hier einige Kennzahlen, mit denen du starten kannst:

1. Wachstum der Follower- oder Abonnentenzahl bei Facebook + Co.- Anzahl der User, die du erreicht willst.
2. Influencer-Bericht - wer sind einflussreiche User in deinen Netzwerken? Wie profitierst du von deren Reichweite?
3. Anzahl der Beiträge - Anzahl deiner geteilten Inhalte
4. Reichweite - Anzahl der Nutzer, die deinen Beitrag gesehen haben
5. Gesamtengagement - wie viel Interaktion (gefällt mir / Kommentare / geteilt) / gespeichert / gemerkt) haben deine Beiträge generiert?
6. Engagement pro Follower - Engagement, das jeder Beitrag generiert hat.



Zieldefinition

Ziele

z.B.

- Image
- Markenaufbau
- Neukundengewinnung
- Kundenbindung
- SEO
- Interaktionsrate
- Reichweite
- Follower
- Sichtbarkeit
- Leads (Kundenadressen)
- ...

Zielgruppen

z.B. definieren

nach

- Geschlecht
- Alter
- Interessen
- Beruf
- Umfeld
- Hobbys
- Familienstand
- Einkommen
- ...



Content Recherche

Themen Recherche

Wofür interessiert
sich deine
Zielgruppe:

- Food
- Kinder
- Hobbys
- Berufe
- Urlaub
- Gesundheit
- Autos
- Trends
- ...

Keyword Recherche

z.B. Kinder

- Erziehung
- Spiele
- Kindersachen
- Spielzeug
- Freunde
- Bücher
-

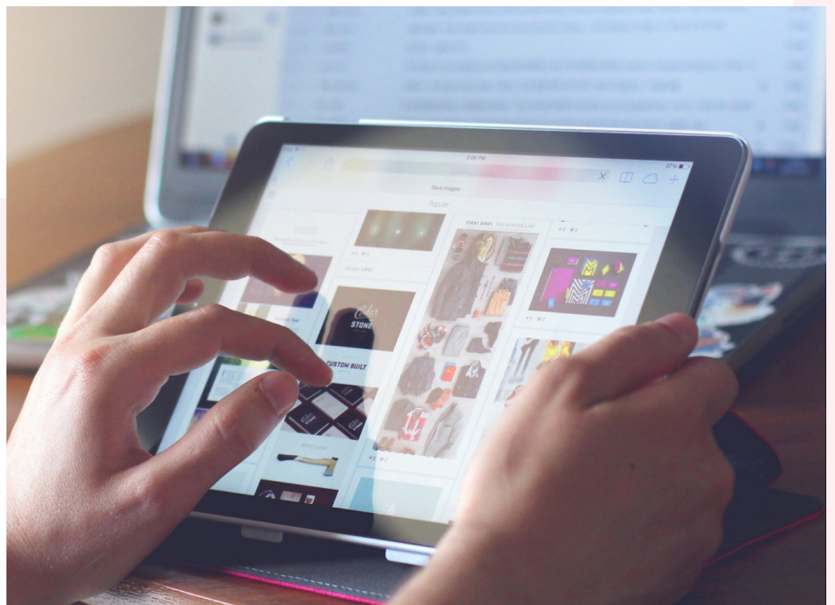
3

Content-Planung

Du hast deine Themen und Keywords definiert.

Wo erreichst du deine Zielgruppe? Berücksichtige auch die jeweiligen Touchpoints im Rahmen der Customer Journey.

Nutze Excel, erstelle einen Redaktionsplan und trage in einer Liste alle relevanten Kanäle und Informationen ein.



4

Content Produktion



• **Content-Erstellung**



Welche Systeme stehen dir zur Verfügung?

• **Produktion versch. Formate**



Passe die Inhalte an unterschiedliche Formate an (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest usw).

• **Prüfung und Freigabe**



Prüfe deine Visuals auf Fehler usw.

• **Erstellung Tracking**



Nutze die Insights und deinen Redaktionsplan für das Monitoring.

• **Erstellung Lead-in**



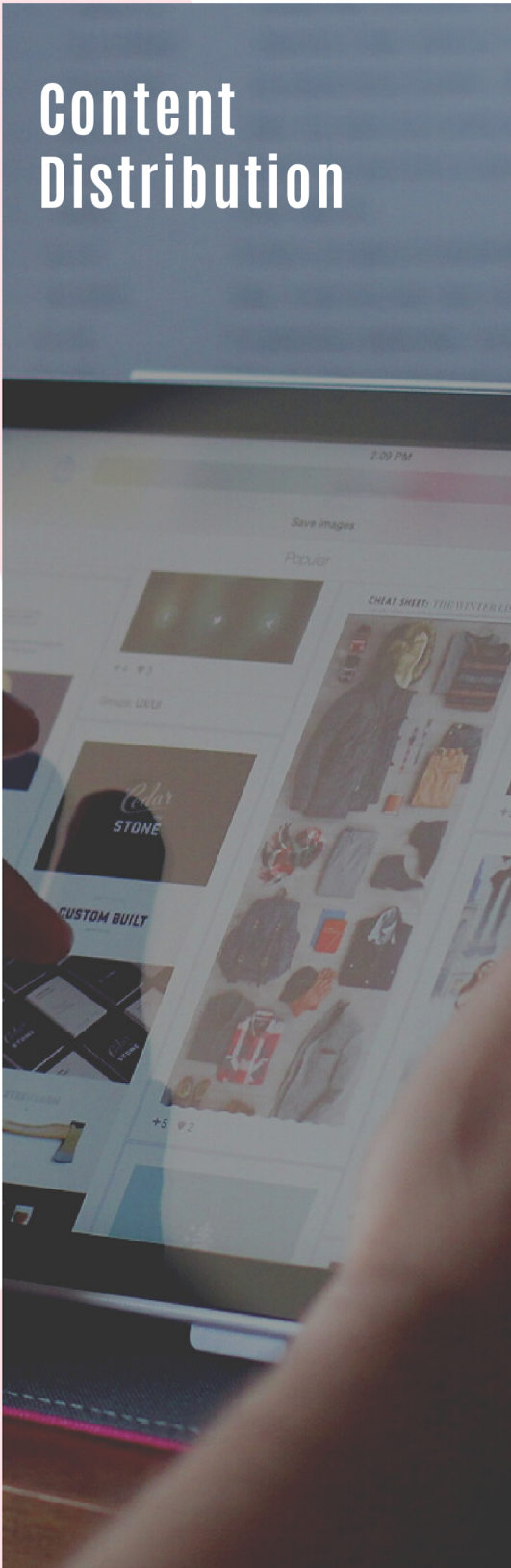
Verfolge deine Leadsammlung und gehe sie proaktiv an.

5

Content Distribution

Welche Netzwerke, Medien für welche Zielgruppe und Inhalte?

- Welche Social Media Kanäle sind relevant?
- Welche Online Medien kommen in Frage?
- Pressearbeit: Gibt es relevante Portale?
- Content-Promotion: welche Bezahl-Varianten gibt es noch? Advertorials in relevanten Medien?



6

Content Evaluierung



- Monitoring der Veröffentlichungen
- Monitoring Interaktionen
- Monitoring Lead-Generierung
- Analyse der Ergebnisse
- Zielabgleich und Bewertung
- Ableitung für Optimierungsmaßnahmen