

Business-Canvas: Content-Marketing-Strategie

 <h3>Kommunikationsziele</h3> <ul style="list-style-type: none"> ! Content-Marketing-Ziele sind definiert und kommuniziert. ○ Ziele sind aus übergeordneten Unternehmenszielen abgeleitet. ○ Mit Kennzahlen wird der Erfolg gemessen und die Massnahmen optimiert. 	 <h3>Mehrwert für den Nutzer</h3> <ul style="list-style-type: none"> ○ Buyer Persona sind erarbeitet und kommuniziert. ! Der Mehrwert unserer Inhalte für die Persona ist definiert. ○ Interne Quellen werden genutzt, um Bedürfnisse der Persona zu identifizieren. 		
 <h3>Core Story</h3> <ul style="list-style-type: none"> ! Das übergeordnete Thema des Content Marketings ist definiert. ○ Unterthemen basierend auf dem Nutzen für Persona sind festgelegt. ○ Die Core Story hebt sich von denjenigen von Mitbewerbern ab. 	 <h3>Conversion</h3> <ul style="list-style-type: none"> ○ Die nächste Aktion des Nutzers ist festgelegt. ○ Wir nutzen Werkzeuge für die Messung und Verwaltung von Daten der Nutzer. ○ Conversion-Bemühungen werden laufend optimiert. 		
 <h3>Ressourcen</h3> <ul style="list-style-type: none"> ! Das Budget für Content Marketing ist ausreichend. ○ Die notwendigen Kompetenzen im Team sind vorhanden. ○ Die notwendigen Werkzeuge stehen zur Verfügung. 	 <h3>Prozesse</h3> <ul style="list-style-type: none"> ○ Abläufe im Content Marketing sind festgelegt. ○ Es bestehen klare Verantwortlichkeiten. ○ Wir nutzen die passenden Instrumente für die Redaktionsarbeit. 		
<p>Pro Phase der Customer Journey und pro Persona</p>	 <h3>Content</h3> <ul style="list-style-type: none"> ○ Die wichtigsten Formate sind definiert. ○ Je nach Inhalt kommt das passende Format zum Einsatz. ○ Inhalte werden authentisch inszeniert, frei von Werbung. 	 <h3>Kanäle</h3> <ul style="list-style-type: none"> ○ Die wichtigsten Kanäle für den Content sind definiert. ○ Die Kanäle ergänzen / unterstützen sich gegenseitig. ○ Die Unternehmens-Website unterstützt die Inhalte. 	 <h3>Distribution und Netzwerk</h3> <ul style="list-style-type: none"> ○ Wir haben einen Distributionsplan. ○ Das Community Management ist organisiert. ! Das Budget für Distribution ist ausreichend.