

In 5 Fragen zur Content-Strategie

WAS

Welche Ziele wollen Sie mit den Inhalten erreichen?

WER

Welche Zielgruppe wollen Sie mit dem Content erreichen?

WOMIT

Welche Ressourcen stehen zur Verfügung?

WIE

Wie sieht die operative Umsetzung aus?

WIEDERVORLAGE

Wie häufig überprüfen Sie den Erfolg Ihrer Strategie?

Erläuterungen: So funktioniert es

Definition „Content“: „Content“ bezeichnet alle Formen und Formate von Inhalten wie Texte, Bilder, Videos oder Audio. Um sie dreht sich alles, was wir im Internet tun. Die Inhalte können statisch (unveränderlich), dynamisch (veränderlich), hyper-dynamisch (live), ephemeral (flüchtig), zyklisch (regelmäßig wiederkehrend) oder azyklisch (lose wiederkehrend) sein. Content kann dabei verschiedene Aufgaben übernehmen: Er kann informieren, beraten und unterhalten.

Definition „Strategie“: Mit einer Strategie werden alle Prozesse der Planung, Produktion und Auslieferung definiert. Sie legt Zielsetzungen, Zielgruppen, Themenfelder, Messgrößen sowie Erfolgskriterien fest, beschreibt die eingesetzten Formen und Formate der Inhalte, definiert Ressourcen und legt Zuständigkeiten sowie eingesetzte Kanäle fest. Die Strategie wird in regelmäßigen Abständen überprüft, optimiert und an neue Rahmenbedingungen angepasst.

WAS

Welche Ziele wollen Sie erreichen?

Herausragenden Content werden Sie nur dann kreieren können, wenn der Inhalt einen bestimmten Zweck erfüllt, den Sie vorher festgelegt haben. Sehen Sie Ihren Content als Teil Ihrer Produkte oder Dienstleistungen an und entwickeln Sie ihn mit den gleichen Anforderungen.

Beispiele für Zielsetzungen:

- Bekanntheitsgrad der Marke, eines Produkts oder einer Dienstleistung steigern.
- Arbeitgeberattraktivität verbessern.
- Sichtbarkeit der eigenen Expertise erhöhen.
- Steigerung der Umsätze.

WER

Um welche Zielgruppe geht es Ihnen?

Außerdem sollten Sie sehr genau verstehen, an wen Sie sich mit Ihren Inhalten wenden.

- Welche Erwartungen hat diese Zielgruppe?
- Welche Themen interessieren sie?
- Welche Bedürfnisse haben sie?
- Welche Probleme wollen sie gelöst haben?
- Welche Plattformen nutzen sie?
- Wie sieht die Customer Journey dieser Personengruppe aus?

WOMIT

Welche Ressourcen stehen zur Verfügung?

- Welche finanziellen Mittel stehen bereit?
- Welche technischen Möglichkeiten gibt es? (Content-Hub, Blog...)
- Wer übernimmt welche Aufgaben? (technisch, redaktionell, organisatorisch)
- Wer ist involviert?

WIE

Wie sieht die operative Umsetzung aus?

- Wie werden die Zielsetzungen erreicht?
- Welche Inhalte werden gebraucht? (Content Audit, Themenplan, Redaktionsplan)
- Welche Formate? (Text, Video, Audio)
- Welche Plattformen?
- Wie sieht die Distribution aus?
- Wie erfolgt die Erfolgskontrolle?

WIEDERVORLAGE

Wie häufig überprüfen Sie den Erfolg Ihrer Strategie?

- Überprüfen und optimieren Sie Ihre Content-Strategie regelmäßig und passen Sie sie an veränderte Rahmenbedingungen (intern, extern) an.
- Begreifen Sie Ihre Content-Strategie als lebendes Projekt!