

Roadmap Content-Marketing- Strategie



Ziele

1. und wichtigster Schritt:
Welche **übergeordneten**
Ziele wollen wir im
Content-Marketing
erreichen? Was soll
passieren?



Core Story

Die alles entscheidende
Frage (und Antwort): **Warum**
machen Sie das alles?
Warum gibt es Ihr Produkt,
Ihr Unternehmen?



Themen- struktur

Welche Themen leiten
sich aus der Core Story
ab? Mit welchen Stories &
Themen zeigen Sie Ihr
„Warum“ und womit
erzeugen Sie Relevanz?



Organisation

Wie entstehen Themen und
wie produzieren Sie Content:
Intern oder extern?
Prozesse und **Abläufe** der
Content-Produktion



Kanäle

Über welche Kanäle
vermarkten und verteilen
Sie den Content? „**POSE**“-
Medienmodell und das
Vermarktungsbudget
einplanen!

Einfach. Machen.



Personas

Für wen machen Sie das?
Wer ist Ihr Zielpublikum?
Ihre Zielgruppe? Erstellen
Sie aussagekräftige Buyer
Personas.



Conversions

Ohne Conversion bleibt es
Poesie ... welchen **Beitrag**
zum **Erfolg** soll Ihr
Content leisten, was soll
ein Interessent konkret tun?



Storytelling, Formate

Welche **Geschichten** erzählen
Sie? Und welche **Formate** sind
für Ihre Personas relevant?
Was lieben Ihre Kunden?



Redaktions- plan

Hier kommen **Themen**,
Formate, **Kanäle** und
Termine zusammen: Wer
macht was bis wann, zu
welchem Budget?



Controlling

Die Antwort auf die Frage:
Was hat uns das alles
gebracht? KPIs und
Messobjekte festlegen;
Reporting und danach
Optimierungen fix planen
und umsetzen