



## Ziele

1. und wichtigster Schritt:  
Welche **übergeordneten**  
Ziele wollen Sie 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- architektur

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



## Content- Produktion

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!

# Viel Erfolg!

[www.konavi.de](http://www.konavi.de)



## Personas

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



## Conversions

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



## Inszenierung Formate

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



## 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