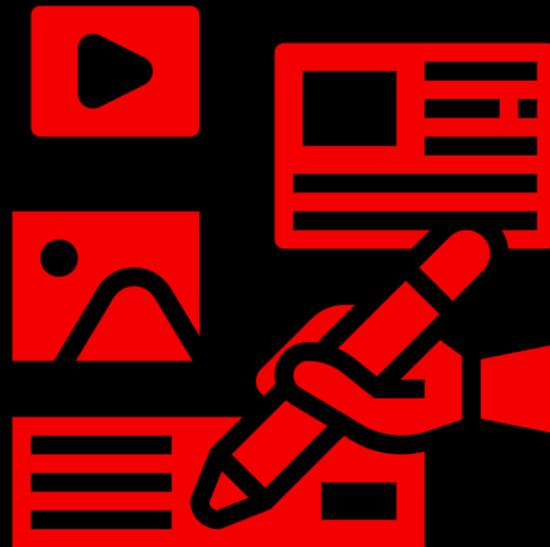


Wie plant man guten Content?



Agenda

- Interview mit Frau Dr. Anke Hedfeld
- Fragen an Frau Dr. Anke Hedfeld
- Content Konzeption mit Beispiel



Kemal Ustaoglu



Philipp Keil

Frau Dr. Anke Hedfeld

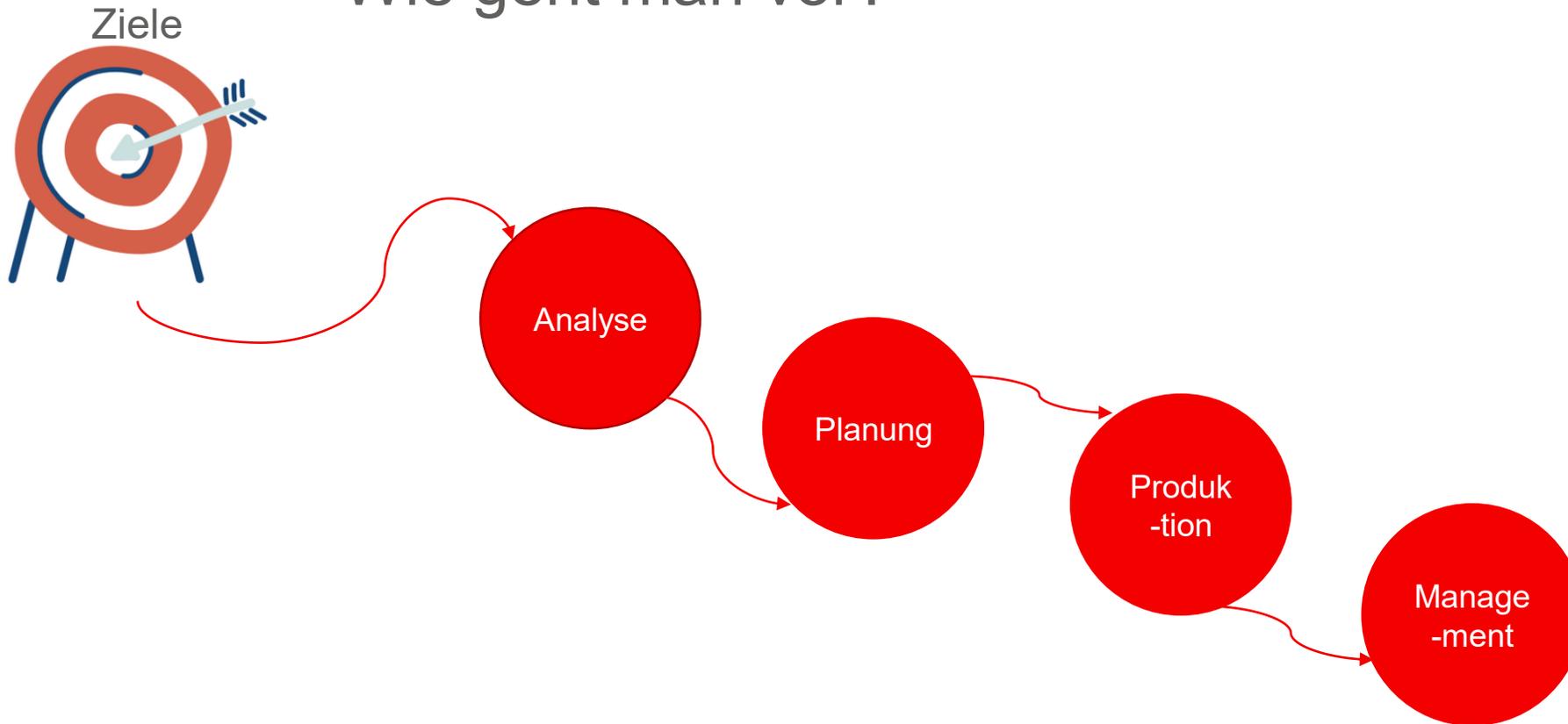
duotec GmbH



- 10 Jahre Berufserfahrung im Content Marketing
- Spezialistin im Bereich B2B Kommunikation & Social Media

Content Konzeption

Wie geht man vor?



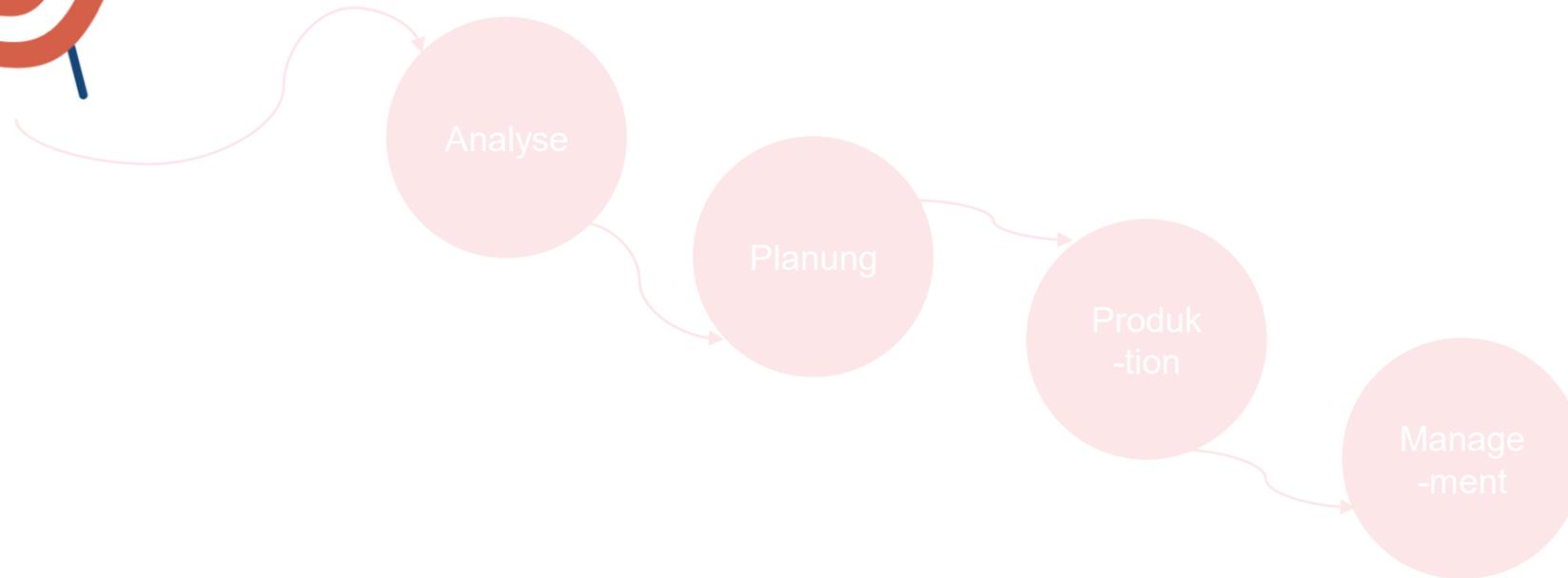
Wieso eine Content Konzeption?



- Nicht durchdachtes Veröffentlichen von Inhalten auf der Website oder Social-Media ist nicht zielführend
- Die Konzeption dient als Leitfaden

Content Konzeption

Wie geht man vor?



Ziele

Werden zuerst festgelegt!

Spezifisch

Messbar

Attraktiv

Realistisch

Terminiert



Digital Marketing Day 2022

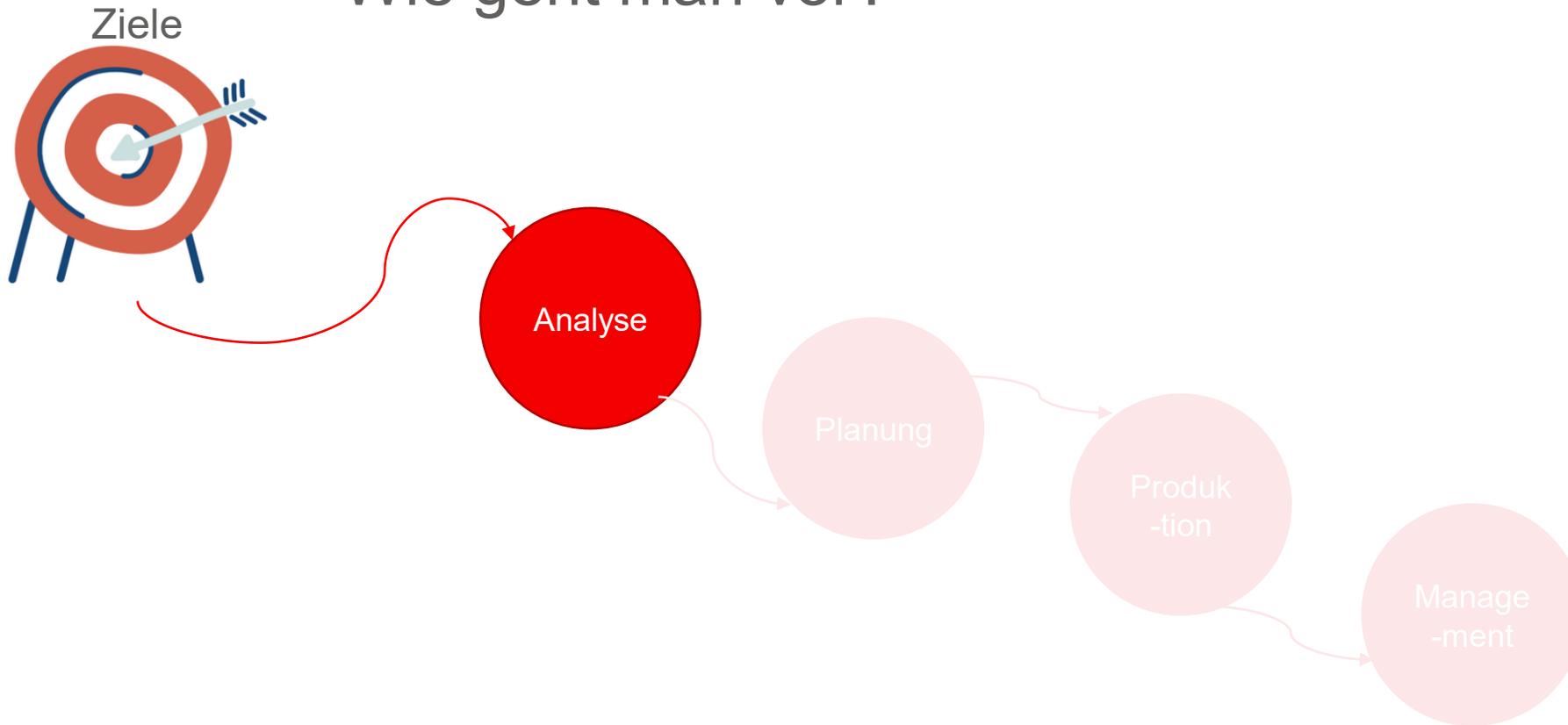


Smart formulierte Ziele:

- Mindestens genauso viele Anmeldungen für den DMD 2022 wie im Jahr 2021 (min. 120 Anmeldungen)
- Die Absprungrate gemessen vom Anfang bis zum Ende der Veranstaltung liegt im einstelligen Bereich (<10%)
- Eine Teilnehmerzufriedenheit von mindestens 86% unter den Umfrageteilnehmern nach dem DMD

Content Konzeption

Wie geht man vor?



Ist-Situation

„Wo stehe ich gerade?“



- Überblick über aktuelle Situation
- Vorhandene Ressourcen entdecken
- Verborgene Datenquellen, Geschichten, Mitarbeiter-Know-How, Lösungsansätze

Analyse

Analyse

Zielgruppe

Zentraler Dreh- und Angelpunkt



- Bedürfnisse und Erwartungen kennenlernen
- Zielgruppenbeschreibung ständig auf dem laufenden halten

Analyse

Analyse

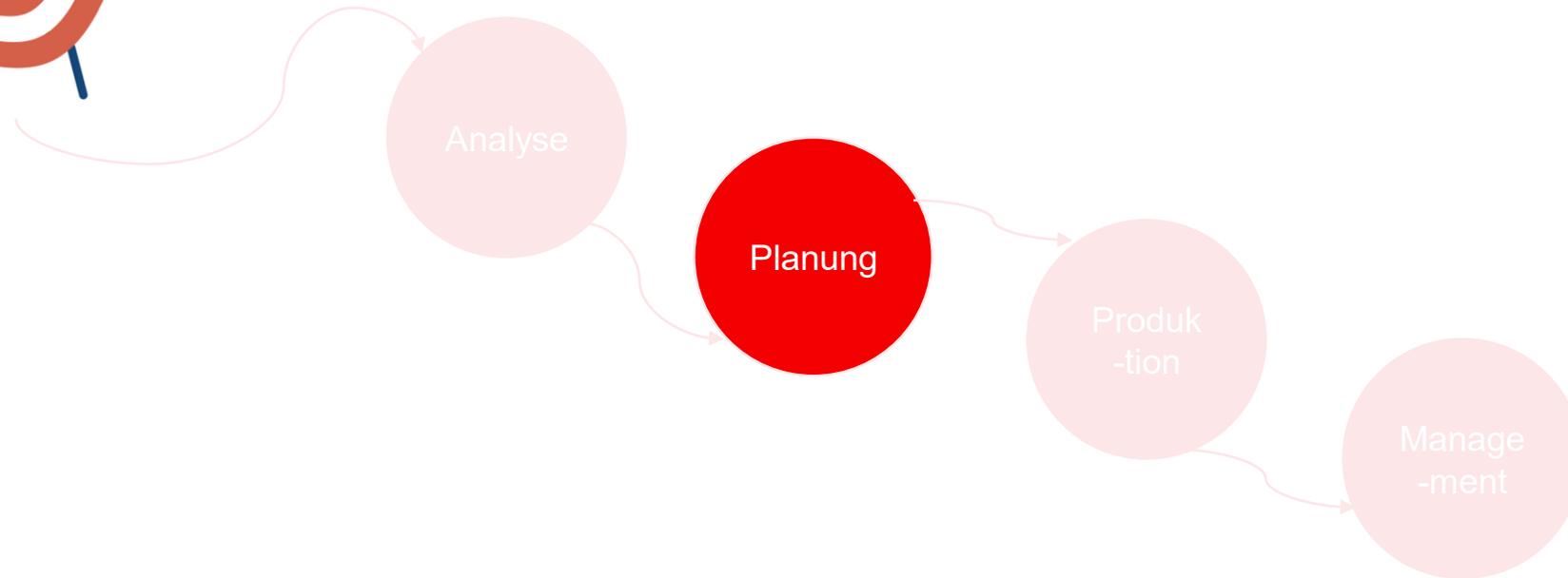
Audit



- Inventur des gesamten Content
- Ständiger Begleiter, mindestens einmal im Jahr durchführen
- Quantität und Qualität überprüfen

Content Konzeption

Wie geht man vor?



Themenfindung der Strategie

Planung

Medienumfeld der Zielgruppe festlegen

- Webseiten
- Blogs

Themen-Trendscouting betreiben

- Mehrere Personen miteinbeziehen
- Informationsquellen festlegen

Ranking der Themen

- Gewichtung und Reihenfolge bestimmen

Ideen und Nischenthemen finden

- Hilfestellung für Produkte
- Expertenthemen

Themenfindung für Content

Tipps

Produktstorys

Marken- und
Unternehmensgeschichten

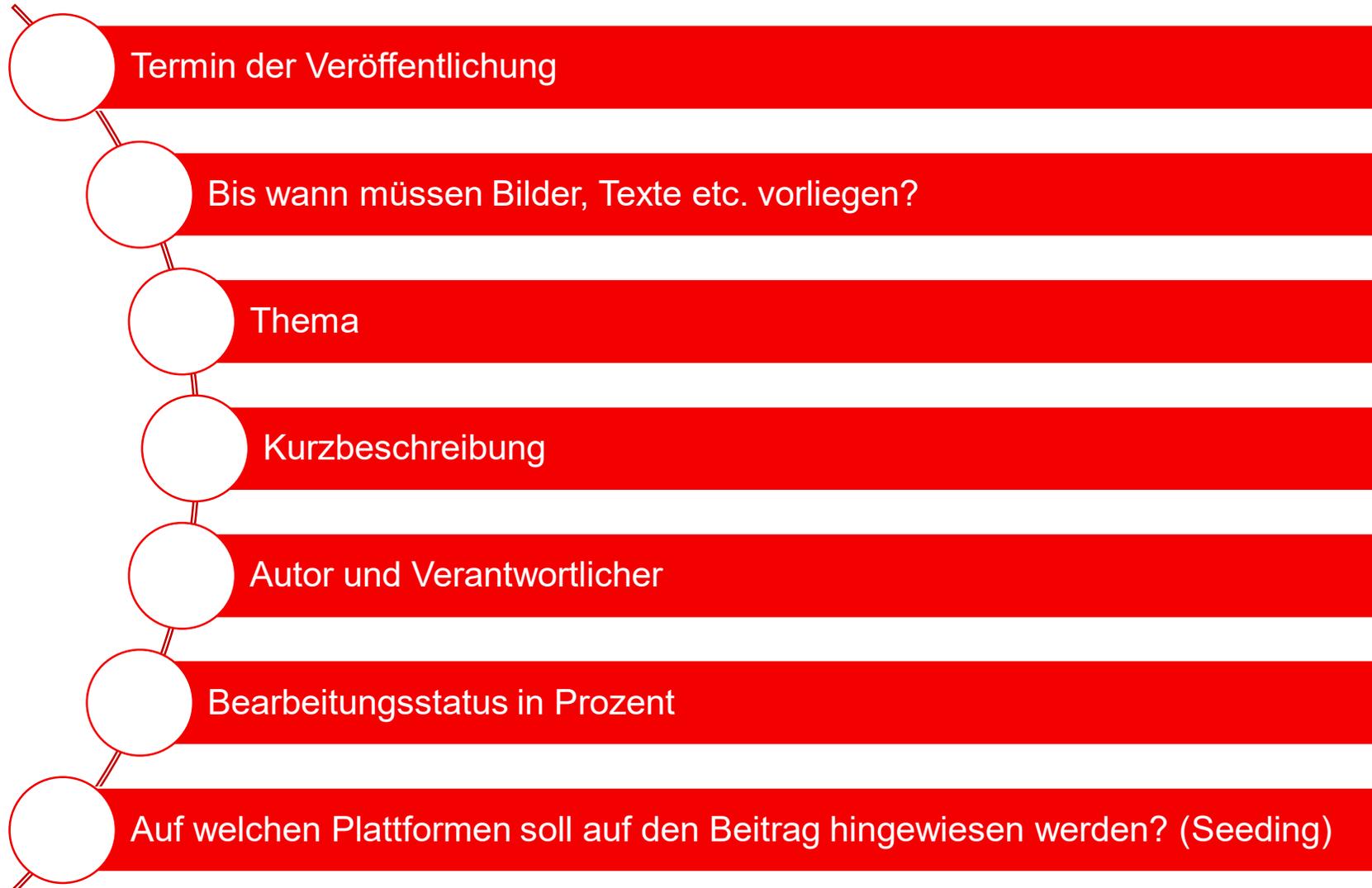
Hilfestellung für Produkte

Geschichten zu Ihren
Mitarbeitern

Planung

Redaktionsplan

Planung



Redaktionsplan Beispiel



Content Marketing Redaktionsplan

							Kampagnen
Planungsbeginn		15.06.18	Status		33%		
Heute		16.12.21					
Task	Verantwortlicher	Start	Dauer PT	Ende	Fortschritt	Status	
1	Infografik zum Thema Content Marketing	Peter	29.06.18	17	23.07.18	33%	Verzug
1.1	Recherche & Konzept	Lena	29.06.18	6	06.07.18	100%	Abgeschlossen
1.1.1	Themen recherchieren und zusammentragen	Lena	29.06.18	3	03.07.18	100%	Abgeschlossen
1.1.2	Konzept erstellen mit Scribbles	Lena	03.07.18	3	05.07.18	100%	Abgeschlossen
1.2	Herstellung	Karl	06.08.18	5	10.08.18	0%	Verzug
1.2.1	Umsetzung Grafikdesign	Karl	06.08.18	3	08.08.18	0%	Verzug
1.2.2	Korrekturlesen	Linda	09.08.18	1	09.08.18	0%	Verzug
1.2.3	Korrektur und Fertigstellung	Karl	12.08.18	1	13.08.18	0%	Verzug
1.3	Seeding	SM-Team	13.08.18	6	20.08.18	0%	Verzug
1.3.1	Social Media Seeding Allgemein	SM-Team	13.08.18	4	16.08.18	0%	Verzug
1.3.2	Influencer anschreiben und motivieren	SM-Team	20.08.18	2	21.08.18	0%	Verzug
2	Blog-Postings	Lars	01.01.18	20	26.01.18	100%	Abgeschlossen
2.1	SEO meets Content Marketing	Weiland	06.08.18	1	06.08.18	0%	Verzug
2.2	Content Marketing ist nicht neu	Martin	13.08.18	1	13.08.18	0%	Verzug
2.3	10 Tipps zum Thema Content Marketing	Erika	20.08.18	1	20.08.18	0%	Verzug
2.4	Wie ein Redaktionsplan aussehen kann	Josef	27.08.18	1	27.08.18	0%	Verzug
2.5	Fallen beim Seeding	Tina	03.09.18	1	03.09.18	0%	Verzug
3	Thema 3	offen	06.08.18	40	28.09.18	0%	Verzug
3.1	Hauptpunkt 1	offen	06.08.18	1	06.08.18	0%	Verzug
3.1.1	Punkt 1	offen	06.08.18	1	06.08.18	0%	Verzug
3.1.2	Punkt 2	offen	06.08.18	1	06.08.18	0%	Verzug
3.1.3	Punkt 3	offen	07.08.18	1	07.08.18	0%	Verzug
3.2	Hauptpunkt 2	offen	06.08.18	16	27.08.18	0%	Verzug
3.2.1	Punkt 1	offen	06.08.18	1	06.08.18	0%	Verzug

Quelle: mindshape.de
Download unter DMD Link

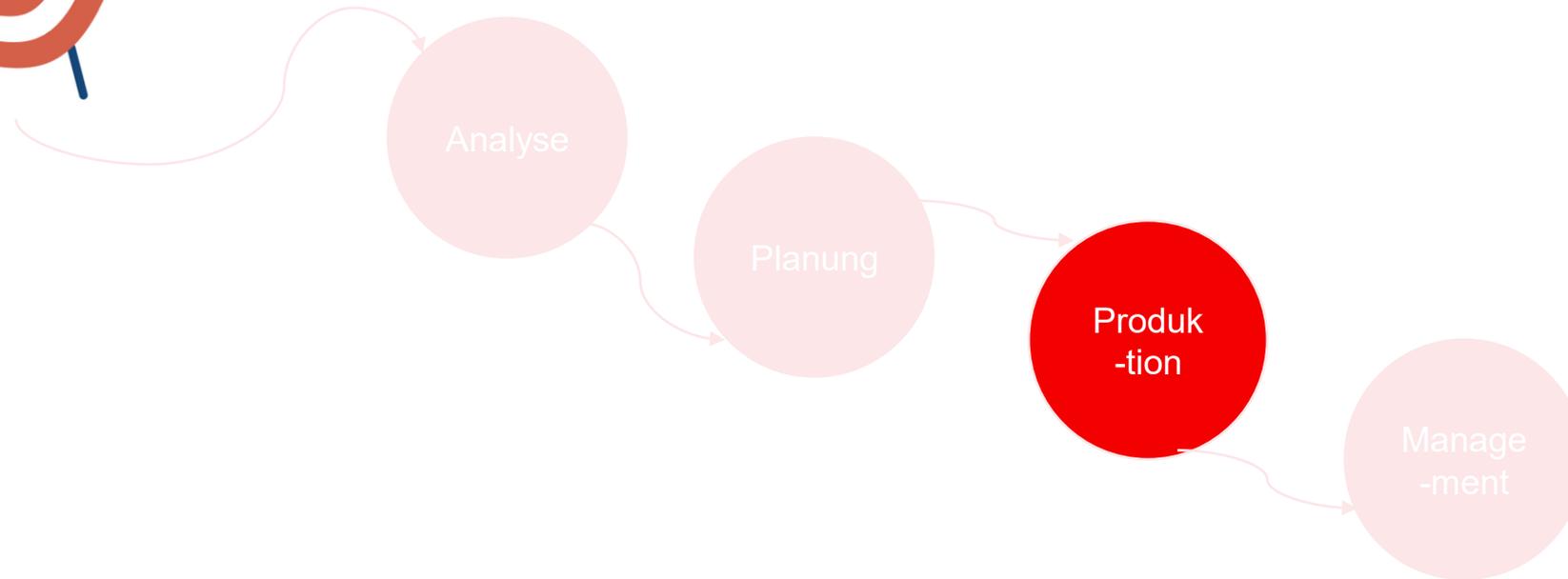
Planung des Budgets

Planung

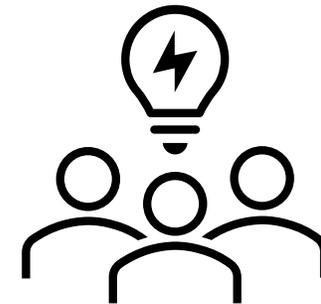


Content Konzeption

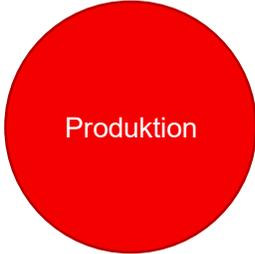
Wie geht man vor?



Content Produktion: Make it or Buy it?



Inhouse-Produktion



Produktion



Geeignet für:

- Kleinere Unternehmen
- National agierende Unternehmen
- B2B-Unternehmen mit starker Themenspezialisierung

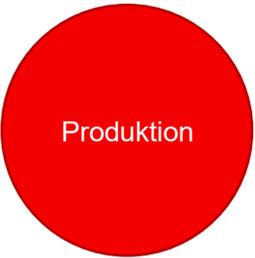
Inhouse-Produktion

Produktion

Gründe für die Inhouse-Produktion:

- Nähe zum Firmenthema
- Kurze Kommunikationswege intern
- Corporate-Identity-Denken und Kenntnis stark ausgeprägt
- Gut geeignet für „simple“ Content-Formate wie Texte
- Fixe Budgetplanung für Content-Erstellung

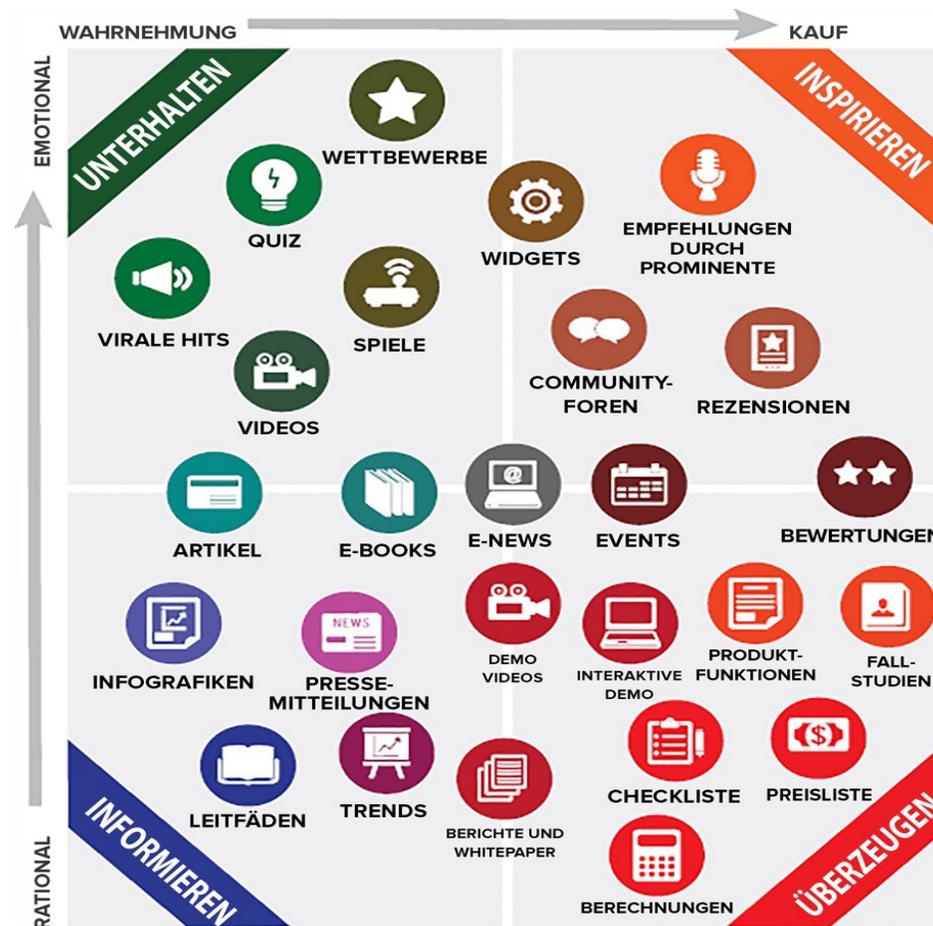
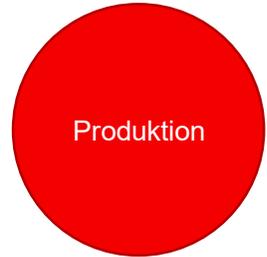
Content Kanäle



Kanal	Ziele	Kundengewinnung	Kundenbindung	Zielgruppe	Zielgruppe	Zielgruppe	Informationsart	Informationsart	Informationsart	Informationsart
				jung	mittel	alt	News	Blick hinter die Kulissen	Fachthemen	Hilfestellungen
Blog/Website	Expertenstatus erlangen	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Facebook	Community Building, emotional ansprechen	X	X		X	X	X	X	X	X
Instagram	Community Building, Markenkern herausstellen	X	X	X	X		X	X		
Youtube	Expertenstatus erlangen, Sichtbarkeit	X	X	X	X		X	X	X	X
Xing, LinkedIn	Netzwerk bilden, nur über Personen		X	X	X	X			X	X
Tiktok	Netzwerk bilden, Sichtbarkeit	X	X	X			X	X	X	X

Quelle: https://kommunikation-mittelstand.digital/content/uploads/2017/06/Leitfaden-Social_Media_Matrix.pdf

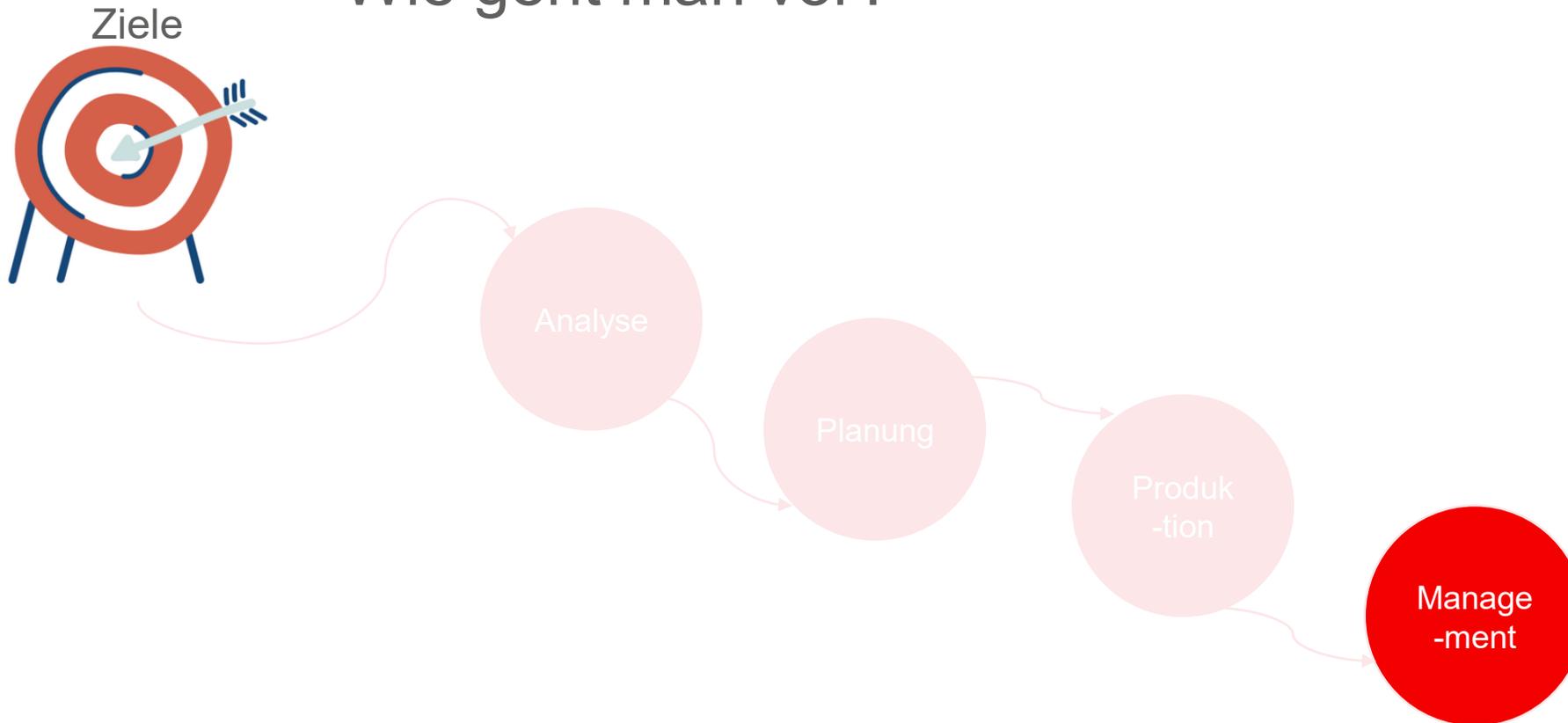
Content Formate und Funktionen



Quelle: <https://blog.hubspot.de/marketing/content-marketing-grundlagen>

Content Konzeption

Wie geht man vor?



Management

Management



Wer ist verantwortlich dafür, dass Content vorhanden ist?

Wie ist die Archivierung von Texten, Bildern und Videos organisiert?

Wer kontrolliert die Qualität und eventuelle Schutzrechte (Patente, etc.)?

Welche Analyseprozesse sind wichtig und wer sammelt die Daten?

Wer kümmert sich um die Veröffentlichung der Inhalte?

Wer kontrolliert die KPI?