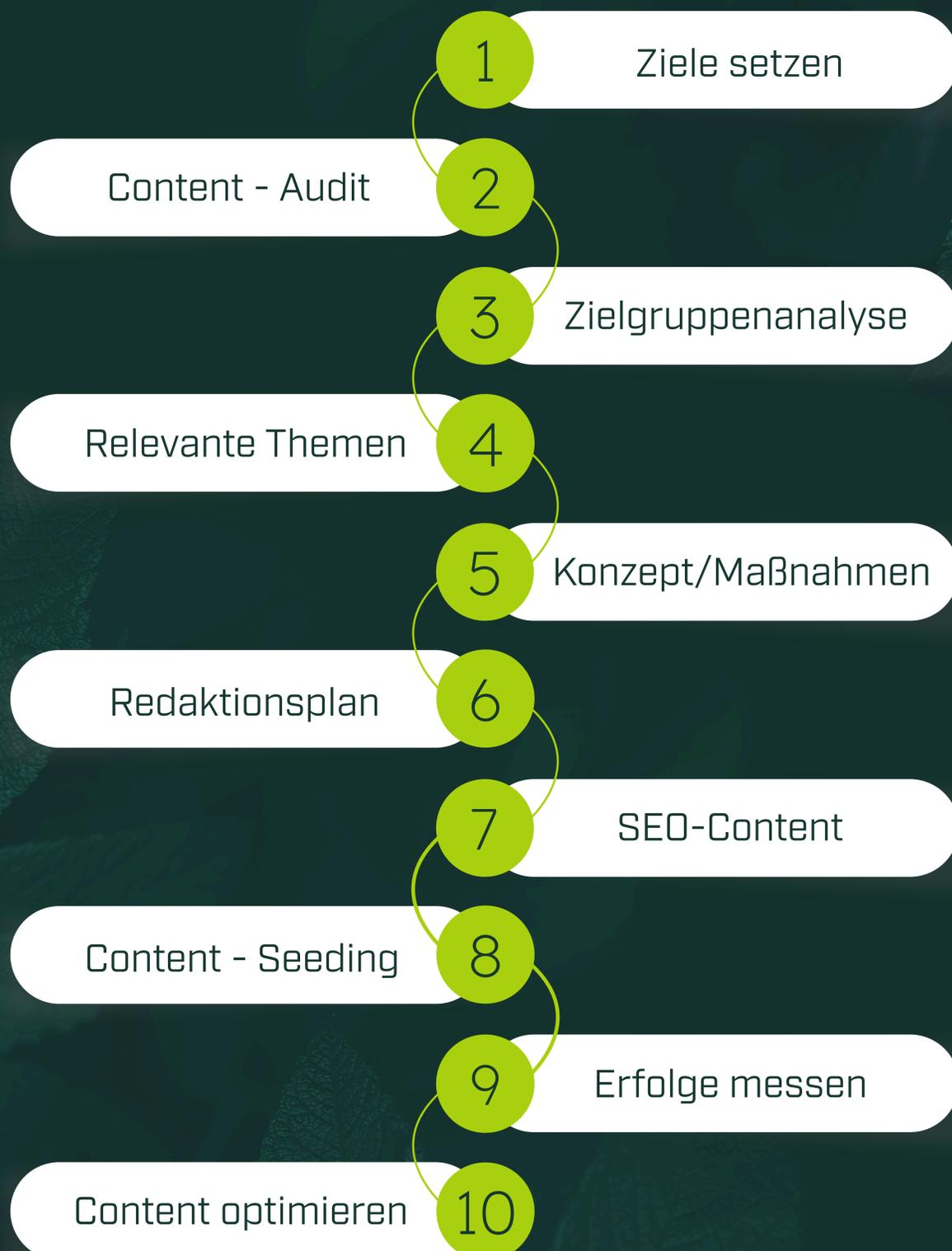


# Content-Strategie entwickeln

## So geht's

### 10 Schritte zu Ihrer Content-Marketing Strategie



# 1

## Ziele setzen

Um Ihr Content-Marketing strategisch auszurichten, müssen Sie zuvor Ihr Ziel bzw. Ihre Ziele formulieren.

Überlegen Sie sich, was Sie mit Content-Marketing in Ihrem Unternehmen erreichen wollen:

- Höhere Umsätze?
- Stärkere Internetpräsenz?
- Ein besseres Image bei Ihren Kunden?

Formulieren Sie Ihre Ziele am besten anhand des S.M.A.R.T.-Rahmens:

**S**pecific \_\_\_\_\_ spezifisch

**M**easurable \_\_\_\_\_ messbar

**A**chievable \_\_\_\_\_ erreichbar

**R**elevant \_\_\_\_\_ relevant

**T**ime-bound \_\_\_\_\_ zeitgebunden

Formulieren Sie Ihre Ziele am besten anhand des S.M.A.R.T.-Rahmens:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Führen Sie ein Content Audit durch. Dabei handelt es sich um eine Bewertung der derzeit verfügbaren Inhalte, diese dient als Grundlage für die Ausarbeitung einer Strategie für Ihr neues Content Marketing.

Fragen die Sie sich bei der Durchführung Ihres Content Audits beantworten:

✓ Welche Inhalte haben Sie auf Ihrer Website?

---

---

---

---

✓ Welche Ihrer Inhalte performen gut bei Ihrer Zielgruppe?

---

---

---

---

✓ Welche Inhalte fehlen auf Ihrer Website?

---

---

---

---

✓ Welche Inhalte sind noch nicht für Suchmaschinen optimiert?

---

---

---

---

✓ Welche Inhalte müssen aktualisiert, überarbeitet oder gelöscht werden?

---

---

---

---



Nutzen Sie dieses Audit, um den aktuellen Stand Ihres Content-Marketings zu analysieren und von dort aus das gewünschte Ergebnis festzulegen, das Sie anstreben.



**Ist- Situation:**

Wie ist das Content Marketing bisher bei Ihrer Zielgruppe angekommen?

---

---

---

---

---

---

---

---



**Soll- Situation:**

Welchen Content wollen Sie zukünftig produzieren?

---

---

---

---

---

---

---

---

Wenn Sie nun festgelegt haben, welche Inhalte Sie zukünftig produzieren wollen, sollten Sie prüfen, ob diese für Ihre Zielgruppe relevant sind, dafür müssen Sie diese kennen.



# 3 Zielgruppenanalyse

Durch eine Zielgruppenanalyse können Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden ermitteln und bewerten.

Daraufhin können Sie maßgeschneiderte Inhalte liefern, die sowohl die bewussten als auch die unbewussten Bedürfnisse Ihrer Kunden befriedigen.

**Durch eine Buyer Persona erhalten Sie Antworten auf diese wichtigen Fragen:**

✓ Wer sind Ihre potenziellen Kunden?

---

---

---

---

---

---

---

---

✓ Welche Bedürfnisse haben Ihre Kunden?

---

---

---

---

---

---

---

---

✓ Wo befinden sich Ihre Kunden im Entscheidungsprozess?

---

---

---

---

---

---

---

---



Wenn Sie wissen, welche Bedürfnisse Ihre Zielgruppe hat, können Sie durch folgende Quellen herauszufinden, welche Themen relevant sind:



- Social Media
- Branchenmagazine
- Online Marketing Tools
- Konkurrenzanalyse
- Google
- Online Diskussionsforen

Welche Themen sind für Ihre Zielgruppe relevant?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# 5 Konzept/Maßnahmen

Entwickeln Sie ein konkretes Konzept, um Ihre Content-Marketing-Ziele zu erreichen.

**Ihr Konzept sollte enthalten:**

✓ Zieldefinition: Welche Ziele sollen verfolgt werden?

---

---

---

---

---

---

---

✓ Zielgruppenanalyse: Für welche Zielgruppe soll Content erstellt werden?

---

---

---

---

---

---

---

✓ Themenanalyse: Welche Themen sind für Ihre Zielgruppe relevant?

---

---

---

---

---

---

---



Entwickeln Sie ein konkretes Konzept, um Ihre Content-Marketing-Ziele zu erreichen.

**Ihr Konzept sollte enthalten:**

✓ Maßnahmen: Welche Maßnahmen wollen Sie ergreifen, um Content zu erstellen?

---

---

---

---

---

---

✓ Controlling: Wie wollen Sie die Contenterstellung steuern?

---

---

---

---

---

---

**Tipp:**

Content Management Systeme wie WordPress oder Typo3  
helfen Ihnen bei der Realisierung des Konzepts.



Entwickeln Sie auf der Grundlage des Konzepts einen umfassenden Redaktionsplan, der alle inhaltlichen Themen einbezieht. Dieser beinhaltet Ihre Content-Marketing-Strategie und ist das zentrale Dokument für die zielgerichtete Umsetzung des Content Marketings.

**Inhalte des Redaktionsplans sind:**

- Keywords eines Beitrags
- Texttyp
- Priorisierung
- Zuständigkeiten
- Deadlines
- Status des Beitrags

**Tipp:**

Ihren Redaktionsplan können Sie in Excel, Google Sheets oder auf einer speziellen Arbeitsverwaltungsplattform wie Asana festhalten.



Wenn Sie nun alle Content-Themen in einem Redaktionsplan erfasst haben, können Sie diese nach Ihrem Konzept umsetzen.

#### Das Content-Schreiben an sich verläuft in mehreren Schritten:

1

**Recherchieren:** Main-Keywords herausfinden und bei Google “Ähnliche Fragen” oder “Ähnliche Suchergebnisse” durchgehen, um das Thema komplett zu erschließen

2

**Strukturieren:** Bauen Sie aus den erschlossenen Teilgebieten und Keywords eine Überschriftenstruktur bzw. ein Inhaltsverzeichnis, um Ihrem Beitrag ein Gerüst zu geben.

3

**Schreiben:** Ausdrucksweise und Ansprache sollten zu Ihrer Zielgruppe und zum Thema passen. Sprechen Sie Ihre Zielgruppe direkt an und schreiben Sie klar und verständlich.

4

**Überarbeiten:** Das Korrekturlesen der Texte ist essentiell, um Fehler zu vermeiden. Nur durch eine umfassende Überarbeitung erhalten Sie gut lesbare und korrekte Texte.

Sobald Sie sich sicher sind, dass Ihr Inhalt einwandfrei ist, können Sie ihn auf der gewünschten Plattform (sei es ein Blogbeitrag oder ein Beitrag in den sozialen Medien) veröffentlichen.



Durch Content-Seeding werden Inhalte über verschiedene Kanäle unter der Zielgruppe verteilt:



Gezieltes Seeding-Marketing kann Ihnen helfen, Ihre Inhalte schnell und effizient zu verbreiten.

Achten Sie darauf, Ihr Material strategisch zu vermarkten, um sicherzustellen,

dass es die Aufmerksamkeit erhält, die es bei Ihrem Zielpublikum verdient.



9

## Erfolge messen

Messen Sie Ihre Marketing Erfolge mithilfe von KPI´s [Key Performance Indicators].

Wenn Sie Content Marketing über einen Blog betreiben, ist es wichtig, die folgenden Metriken zu verfolgen:

- Seitenaufrufe
- Absprungrate
- Verweildauer
- Click Through Rate [Durchschnittliche Durchklickrate/ CTR]
- Durchschnittliche Position in den Suchergebnissen

**Tipp:**

Analyse-Tools wie Google Analytics, Google Search Console, SISTRIX oder Ahrefs helfen Ihnen, diese Kennzahlen zu ermitteln.

- Betrachten Sie die Kennzahlen sowohl auf der Ebene des gesamten Blogs als auch auf der Ebene einzelner Blogbeiträge.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Stellen Sie sicher, dass der Content Ihrer Website suchmaschinenoptimiert ist.

Nur so können Sie eine bessere Platzierung in den Suchmaschinenergebnissen erhalten.

- **Keywords:** Die relevantesten Suchbegriffe der User müssen in den Text und in die Überschriften eingebaut sein. Nur durch die gezielte Keyword-Verwendung messen die Suchmaschinen dem Content Bedeutung zu.
- **URL-Struktur:** Die URL-Struktur muss übersichtlich sein und klar kommunizieren, was auf der Website zu erwarten ist. Auch hier sollten bereits die Hauptkeywords genutzt werden.
- **Meta-Description:** Das ist die Kurzbeschreibung, die in den Suchergebnissen angezeigt wird. Sie motiviert User dazu, auf Ihre Seite zu klicken. Achten Sie auf die Zeichenlänge, damit die Beschreibung vollständig lesbar ist.
- **Links:** Um User möglichst lange auf Ihrer Webseite zu behalten, sollten Sie Links setzen. Interne und externe Verlinkungen zählen zu den wichtigsten Rankingfaktoren.
- **Aktualisierungen:** Um sicherzustellen, dass Ihr Content stets aktuell und relevant ist, sollte er regelmäßig auditiert, aktualisiert oder gelöscht werden.

Wenn Sie noch Fragen haben oder bei der Erstellung Ihrer Content-Strategie Unterstützung benötigen, ist **seonicals**<sup>®</sup> sehr gerne für Sie da.

Kontaktieren Sie uns über das Kontaktformular auf unserer Website

oder rufen Sie uns direkt an unter: 0361 775 195 10

