

# Planbares Content Marketing in 5 Phasen

Prozess-Checkliste für

Planung,  
Konzeption & Erstellung,  
Publishing,  
Promotion,  
Erfolgsmessung



PEAK ACE®

# Inhalt

Planung

Konzeption & Erstellung

Content Publishing/Hosting

Promotion

Erfolgsmessung

# Planung

Detaillierte Planung und konsequente Umsetzung gehören zu den wichtigsten Säulen einer erfolgreichen Content-Marketing-Kampagne. Beginne damit, alle relevanten Stakeholder im Voraus zu informieren, und definiere im nächsten Schritt granular alle To-dos chronologisch.

## **Projektplan erstellen**

Alle Stakeholder frühzeitig an Bord holen (SEO, PR, Brand, Social etc.)

To-dos aller Beteiligten in zeitlicher Abfolge darstellen

Meilensteine und Deadlines festlegen

## **Zieldefinition: KPIs definieren**

### ▪ **Reichweite**

Backlinks

Rankings

Brand Awareness

Traffic

### ▪ **Interaktion**

Leads

Downloads

Unique Visitors/Users

Mentions/Shares/Social Engagement

## **Status-quo-Analyse der KPIs zur späteren Erfolgsmessung durchführen**

## **Notizen**

# Planung

## Zielgruppen für die CM-Kampagne festlegen

Kern- und erweiterte Konsumenten-Zielgruppe definieren

Wer sind deine Kunden und wofür interessieren sie sich? Fasse die unterschiedlichen Käufer-Personae zusammen und priorisiere.

Kern- und erweiterte Multiplikatoren-Zielgruppe definieren

In welchen Medien sollen deine Inhalte geteilt und verlinkt werden? Fasse die unterschiedlichen Targetgruppen zusammen und priorisiere.

## Kern- und erweiterte Konsumenten-Zielgruppe

Kernzielgruppe  
Persona 1

Kernzielgruppe  
Persona 2

Erweiterte Zielgruppe  
Persona 3

Erweiterte Zielgruppe  
Persona 4

## Kern- und erweiterte Multiplikatoren-Zielgruppe

Kernzielgruppe  
Prio A

Kernzielgruppe  
Prio B

Erweiterte Zielgruppe  
Prio A

Erweiterte Zielgruppe  
Prio B

# Konzeption & Erstellung

Content Marketing ohne Konzept gleicht einer Baufirma, die ohne Baupläne arbeitet. Strategisches Vorgehen und valide Ideen helfen bei der Orientierung, Priorisierung und Kontrolle. Stelle dir die Frage: Wo stehe ich, wo will ich hin und wie erreiche ich dieses Ziel?

## **CM-Strategie in Abhängigkeit zu den KPIs ausarbeiten**

### **Kampagnen-Inhalte und -Format erarbeiten**

- Inhalte
  - Datengetrieben (eigene Daten, externe Daten oder Erhebung neuer Daten)
  - Educational
  - Informational
  - Entertaining
- Format
  - Visuell statisch (z.B. Infografik)
  - Visuell dynamisch/interaktiv (z.B. Maps)
  - Gamification
  - Video
  - Editorial

### **Pre-Outreach durchführen**

- Content-Idee bei Experten validieren
- Relevante Topic-Insights einholen
- Teile des Contents (Daten/Kernergebnisse) Leitmedien und Experten vorab exklusiv anbieten

### **Denk daran**

*„Give value as well as asking for it“*

### **Feinkonzeption ausarbeiten**

- Mock-ups und Wireframes erstellen
- Separates Konzept für die mobile Version erarbeiten

# Konzeption & Erstellung

## **Content Design gestalten**

Corporate Design einhalten

Unterschiedliche Versionen für unterschiedliche Zielgruppen erstellen

Separates Konzept für mobile Version gestalten

Content für unterschiedliche Kanäle aufbereiten

Twitter

Facebook

Instagram

Pinterest

Newsletter

Banner

Print

## **Content Development ausführen**

Usability des Konzepts anhand eines Click-Dummies prüfen

Content mobile friendly entwickeln

Content responsive gestalten

Social-Sharing-Buttons erstellen

Embed-Codes entwickeln

Tracking aufsetzen

CTA Tracking (falls vorhanden)

Demografische Daten

Sessions

Page Views

Klickverhalten

Traffic-Quellen

## **Feedbackschleifen & QA**

Funktionalität prüfen

CD-Guidelines checken

Usability testen

Fact-Check (inhaltliche Richtigkeit/Sinnhaftigkeit) prüfen

# Content Publishing/Hosting

Es stehen diverse Möglichkeiten zur Verfügung, die unterschiedliche Vor- und Nachteile haben. Die ideale Möglichkeit muss individuell entsprechend der gesetzten Ziele evaluiert werden.

## Hosting-Möglichkeiten evaluieren

Möglichkeiten	Impact
Content als komplett fertige Landingpage auf Hauptdomain in separatem Subfolder	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Maximaler SEO-Benefit</li><li>▪ Keine Eingriffe in den Code</li><li>▪ Einfaches Deployment</li></ul>
Landingpage im CMS der Hauptdomain via iframe (HTML-Paket) integrieren	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Maximaler SEO-Benefit</li><li>▪ Sehr einfache Integration</li></ul>
WordPress-Modul	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Keine externe Abhängigkeit, da alles „selbstgehostet“ wird</li><li>▪ Content kann einfach geupdatet werden</li></ul>
Proxy Serving eines Unterverzeichnisses auf der Hauptdomain	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Technisch sehr zeit- / kostenintensiv, da die IT die entsprechenden Proxy-Server-Regeln etablieren muss</li></ul>
Content auf separater Subdomain	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Kein maximaler SEO-Benefit, da alle eingehenden Links auf die Subdomain zeigen und somit nur via Verlinkung, Canonical Tag etc. weitervererbt werden können</li></ul>

# Promotion

Erfolgreiches Seeding erfordert Dynamik. Das heißt: Testing, Testing, Testing. Passt eure Outreach-Strategie an und optimiert sie stetig. Nutzt dabei alle euch zur Verfügung stehenden Kanäle. Durch ergänzende Paid Promotion kann zusätzlich wertvoller Traffic generiert werden.

## **Seeding/Outreach**

- Multiplikatoren-/Outreach-Liste in eine Datenbank einbinden und pflegen

- Content auf eigenen Social-Media-Kanälen teilen

- Content auf Q&A-Portalen wie Quora oder reddit teilen

- Unterschiedliche Outreach-Ansätze testen und Strategie entsprechend anpassen

  - Outreach-Kanäle testen: E-Mail-, Social-, Telefon-Outreach

  - Betreffzeilen für unterschiedliche Zielgruppen testen

  - Wording beim Outreach an die Zielgruppe anpassen

  - Unterschiedliche Multiplikatoren-Gruppen testen und Strategie entsprechend anpassen

  - Pressematerial (Pressemitteilung, Bildmaterial, etc.) bei Bedarf bereitstellen

## **Paid Promotion**

- Native Advertising

- Social Advertising

- SEA

## **Notizen**



# Erfolgsmessung

Lasse dir nichts durch die Lappen gehen. Nutze alle zur Verfügung stehende Möglichkeiten, neue Backlinks zu monitoren und Broken Links zu identifizieren, um den Erfolg maximal auszuschöpfen.

## **Monitoring**

- Alerts für neue Backlinks und Mentions aufsetzen
- Broken Links monitoren und recovern
- Rankings beobachten

## **Performance-Messung**

Zu Beginn festgelegte KPIs mit der Status-quo-Analyse vergleichen und auswerten  
Nutzersignale auswerten, um Nutzerverhalten zu verstehen

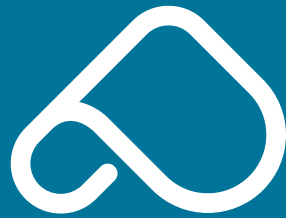
- Alter
- Geschlecht
- Herkunftsland
- Devices (mobil, Desktop)
- Betriebssysteme
- Besuchszeiten
- Interessengruppen

Auswerten, welche Multiplikatoren-Zielgruppe am besten funktioniert hat

Traffic und Traffic-Quellen auswerten

Verlinkungen und Erwähnungen auswerten

## **Notizen**



**PEAK ACE<sup>®</sup>**

**Dominique Seppelt**

*Head of Content Marketing*

Tel.: +49 (0)30-832 117 439

E-Mail: [d.seppelt@pa.ag](mailto:d.seppelt@pa.ag)