

Richtig guten Content erstellen und teilen

Wer ist eigentlich dieser „Content“, von dem alle reden?!

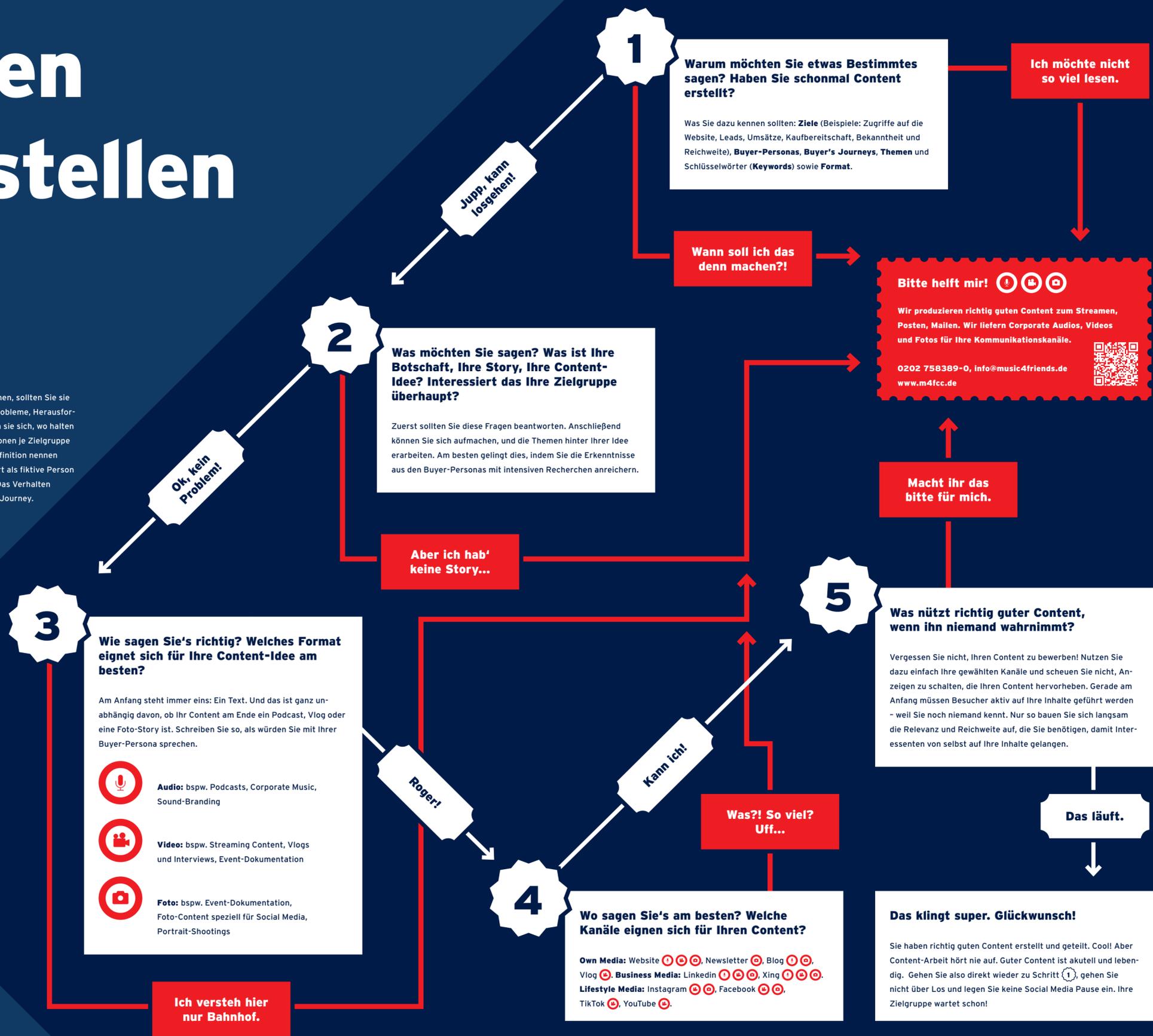
Content ist die Antwort auf Fragen, die Sie in Suchmaschinen eingeben. Beiträge, die Sie von Ihrem Lieblingsblogger verschlingen, Podcasts, die Sie unterwegs zur Arbeit hören, die Reels, die Sie sich zur Unterhaltung anschauen – all das ist Content. Einfach gesagt: Content ist Inhalt. Inhalt der Ihnen hilft, Sie fasziniert, beeindruckt, schlau macht, bestätigt oder überrascht. Content is King!

Hallo Zielgruppe! Ich bin's!

Um Ihre Zielgruppe erfolgreich anzusprechen, sollten Sie sie kennen. Was sind Ihre Wünsche, Fragen, Probleme, Herausforderungen und Erwartungen? Wie verhalten sie sich, wo halten sie sich auf? Halten Sie all diese Informationen je Zielgruppe schriftlich und bildlich fest. Eine solche Definition nennen Marketer Buyer-Persona – sie repräsentiert als fiktive Person jeweils einen Menschen Ihrer Zielgruppe. Das Verhalten der Zielgruppen nennen Marketer Buyer's Journey.

Warum ist Content wichtig?

Wechseln wir mal die Perspektive: Sie sind jetzt nicht mehr Konsument von Content, sondern derjenige, der ihn erstellt. Content ist deswegen so wichtig, weil er Interessenten anzieht, dafür sorgt, dass mit Ihnen oder Ihrem Unternehmen interagiert wird und Kunden bindet. Content sorgt dafür, dass Ihre Kanäle besucht und Marketing- sowie Sales-Ziele erreicht werden.



1 Warum möchten Sie etwas Bestimmtes sagen? Haben Sie schonmal Content erstellt?

Was Sie dazu kennen sollten: **Ziele** (Beispiele: Zugriffe auf die Website, Leads, Umsätze, Kaufbereitschaft, Bekanntheit und Reichweite), **Buyer-Personas**, **Buyer's Journeys**, **Themen** und Schlüsselwörter (**Keywords**) sowie **Format**.

Ich möchte nicht so viel lesen.

Wann soll ich das denn machen?!

Bitte helft mir! 📢 📺 📷

Wir produzieren richtig guten Content zum Streamen, Posten, Mailen. Wir liefern Corporate Audios, Videos und Fotos für Ihre Kommunikationskanäle.

0202 758389-0, info@music4friends.de
www.m4fcc.de

2 Was möchten Sie sagen? Was ist Ihre Botschaft, Ihre Story, Ihre Content-Idee? Interessiert das Ihre Zielgruppe überhaupt?

Zuerst sollten Sie diese Fragen beantworten. Anschließend können Sie sich aufmachen, und die Themen hinter Ihrer Idee erarbeiten. Am besten gelingt dies, indem Sie die Erkenntnisse aus den Buyer-Personas mit intensiven Recherchen anreichern.

Ok, kein Problem!

Aber ich hab' keine Story...

Macht ihr das bitte für mich.

3 Wie sagen Sie's richtig? Welches Format eignet sich für Ihre Content-Idee am besten?

Am Anfang steht immer eins: Ein Text. Und das ist ganz unabhängig davon, ob Ihr Content am Ende ein Podcast, Vlog oder eine Foto-Story ist. Schreiben Sie so, als würden Sie mit Ihrer Buyer-Persona sprechen.

- Audio:** bspw. Podcasts, Corporate Music, Sound-Branding
- Video:** bspw. Streaming Content, Vlogs und Interviews, Event-Dokumentation
- Foto:** bspw. Event-Dokumentation, Foto-Content speziell für Social Media, Portrait-Shootings

Ich versteh hier nur Bahnhof.

Roger!

4 Wo sagen Sie's am besten? Welche Kanäle eignen sich für Ihren Content?

Own Media: Website 📄 📧, Newsletter 📧, Blog 📄 📧, Vlog 📺, **Business Media:** LinkedIn 📄 📧, Xing 📄 📧, **Lifestyle Media:** Instagram 📄 📧, Facebook 📄 📧, TikTok 📄 📧, YouTube 📄 📧.

Was?! So viel? Uff...

5 Was nützt richtig guter Content, wenn ihn niemand wahrnimmt?

Vergessen Sie nicht, Ihren Content zu bewerben! Nutzen Sie dazu einfach Ihre gewählten Kanäle und scheuen Sie nicht, Anzeigen zu schalten, die Ihren Content hervorheben. Gerade am Anfang müssen Besucher aktiv auf Ihre Inhalte geführt werden – weil Sie noch niemand kennt. Nur so bauen Sie sich langsam die Relevanz und Reichweite auf, die Sie benötigen, damit Interessenten von selbst auf Ihre Inhalte gelangen.

Das läuft.

Das klingt super. Glückwunsch!

Sie haben richtig guten Content erstellt und geteilt. Cool! Aber Content-Arbeit hört nie auf. Guter Content ist aktuell und lebendig. Gehen Sie also direkt wieder zu Schritt 1, gehen Sie nicht über Los und legen Sie keine Social Media Pause ein. Ihre Zielgruppe wartet schon!