

# CONTENT MARKETING

---

Die Erfolgsgeschichte für  
Ihr Online-Geschäft

# Warum spreche ICH über Content Marketing

- 2013: Experiment mit virtueller Marke
- 2014: Ergebnis präsentiert auf weltgrößter Reisemesse ITB Berlin
- Zahlreiche weitere Projekte und Kunden u.a. das EU-Projekt CC-WaterS in neun Länder der EU

JOE

**Content Marketing für Destinationen  
anhand einer virtuellen Marke  
mittels Social Media**

PR-IORITY

PR-IORITY





Kein Ideal, keine Idee, keine Erfindung führt irgendwohin, wenn man nicht gewillt ist, eine Geschichte darüber zu erzählen; eine Geschichte, die eine andere Person interessant und überzeugend findet.

W. Bernard Carlson (in: Tesla)



# Was kann Content?

- Informieren & beraten



- Emotionalisieren & unterhalten







# Content Marketing – Was ist das?

Eine Form des Marketings, die mit informierenden, beratenden, unterhaltenden und emotionalisierenden Inhalten die Zielgruppe ansprechen soll.

Diese soll vom Unternehmen und der Marke sowie dem Leistungsangebot überzeugt werden und so Kunden gewonnen und gehalten werden.





# 12 Gründe für Content Marketing

1) Content Marketing  
steigert Ihre Bekanntheit





# 12 Gründe für Content Marketing

- 1) Content Marketing steigert Ihre Bekanntheit
- 2) Content Marketing steigert das Vertrauen in Ihre Marke





# 12 Gründe für Content Marketing

- 1) Content Marketing steigert Ihre Bekanntheit
- 2) Content Marketing steigert das Vertrauen in Ihre Marke
- 3) Menschen recherchieren & vergleichen online



The background of the slide is a photograph of the interior of a Gothic church. The architecture features high, pointed arches and ribbed vaulting. The walls are covered in intricate murals and frescoes, including a large one of two angels holding a portrait. A colorful stained glass window is visible on the left. The lighting is warm and dramatic, highlighting the architectural details and the art.

# 12 Gründe für Content Marketing

- 1) Content Marketing steigert Ihre Bekanntheit
- 2) Content Marketing steigert das Vertrauen in Ihre Marke
- 3) Menschen recherchieren & vergleichen online
- 4) Content Marketing steigert die Relevanz für Ihre SEO-Kampagne



The background of the slide is a photograph of the interior of a Gothic church. The architecture features high, pointed arches and ribbed vaulting. The walls are covered in intricate murals and frescoes, including a large one of two angels holding a portrait. Stained glass windows with colorful designs are visible. The lighting is warm, highlighting the textures and colors of the church's interior.

# 12 Gründe für Content Marketing

- 1) Content Marketing steigert Ihre Bekanntheit
- 2) Content Marketing steigert das Vertrauen in Ihre Marke
- 3) Menschen recherchieren & vergleichen online
- 4) Content Marketing steigert die Relevanz für Ihre SEO-Kampagne
- 5) Hochwertiges Content Marketing wirkt langfristig



The background of the slide is a photograph of the interior of a Gothic church. The architecture features high, pointed arches and ribbed vaulting. The walls are covered in intricate murals and frescoes, including a large one of two angels holding a portrait. Stained glass windows with colorful designs are visible. The lighting is warm, highlighting the textures and colors of the stone and paint.

# 12 Gründe für Content Marketing

- 1) Content Marketing steigert Ihre Bekanntheit
- 2) Content Marketing steigert das Vertrauen in Ihre Marke
- 3) Menschen recherchieren & vergleichen online
- 4) Content Marketing steigert die Relevanz für Ihre SEO-Kampagne
- 5) Hochwertiges Content Marketing wirkt langfristig
- 6) Content Marketing trägt zur Kundenbindung bei





# 12 Gründe für Content Marketing

7) Content Marketing  
kann Sie als Experten  
positionieren



The background of the slide is a photograph of a highly decorated Gothic church interior. It features pointed arches, intricate murals of figures, and colorful stained glass windows. The architecture is detailed with floral and geometric patterns. The lighting is warm, highlighting the textures and colors of the church's interior.

# 12 Gründe für Content Marketing

7) Content Marketing kann  
Sie als Experten  
positionieren

8) Content Marketing ist  
kosteneffizient





# 12 Gründe für Content Marketing

- 7) Content Marketing kann Sie als Experten positionieren
- 8) Content Marketing ist kosteneffizient
- 9) Menschen suchen häufig nach Informationen, nicht nach Produkten





# 12 Gründe für Content Marketing

- 7) Content Marketing kann Sie als Experten positionieren
- 8) Content Marketing ist kosteneffizient
- 9) Menschen suchen häufig nach Informationen, nicht nach Produkten
- 10) Die Customer Journey findet oft vorwiegend digital statt





# 12 Gründe für Content Marketing

- 7) Content Marketing kann Sie als Experten positionieren
- 8) Content Marketing ist kosteneffizient
- 9) Menschen suchen häufig nach Informationen, nicht nach Produkten
- 10) Die Customer Journey findet oft vorwiegend digital statt
- 11) Content Marketing steigert Ihren Website Traffic





# 12 Gründe für Content Marketing

- 7) Content Marketing kann Sie als Experten positionieren
- 8) Content Marketing ist kosteneffizient
- 9) Menschen suchen häufig nach Informationen, nicht nach Produkten
- 10) Die Customer Journey findet oft vorwiegend digital statt
- 11) Content Marketing steigert Ihren Website Traffic
- 12) Content Marketing ist messbar



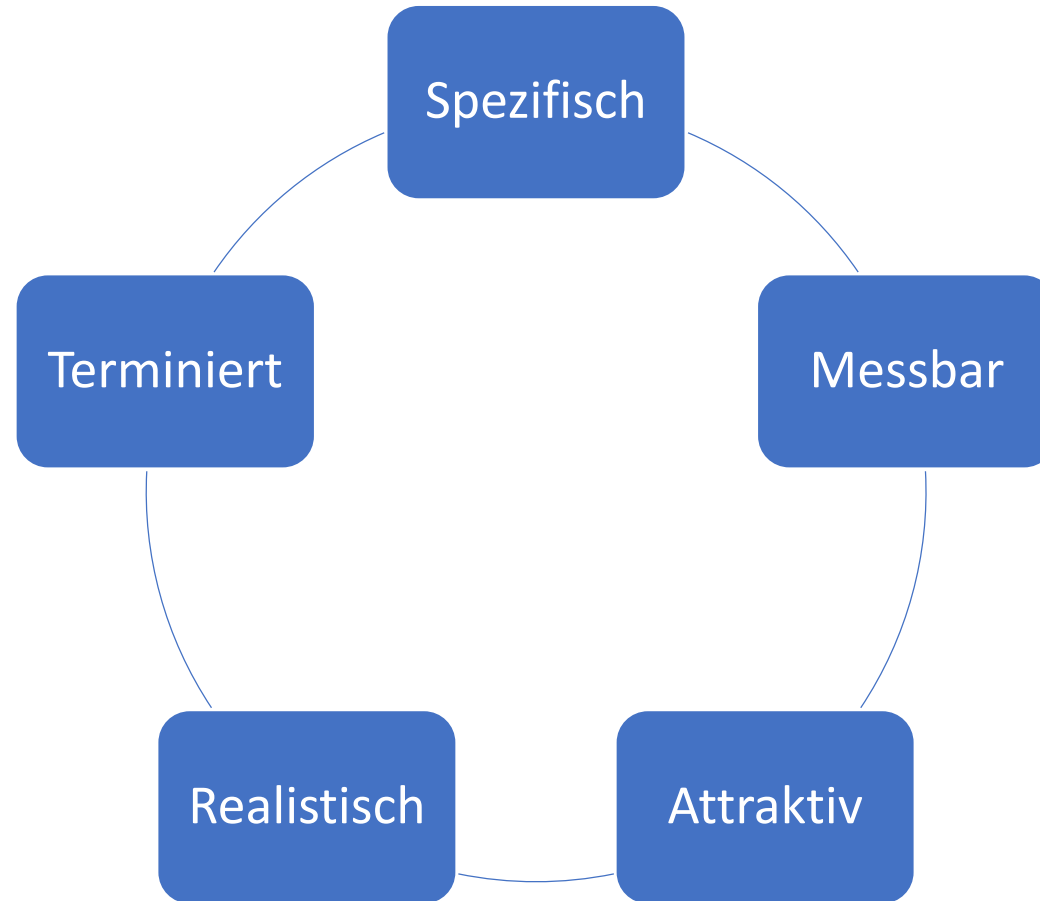


# 12 Gründe für Content Marketing

- 1) Content Marketing steigert Ihre Bekanntheit
- 2) Content Marketing steigert das Vertrauen in Ihre Marke
- 3) Menschen recherchieren & vergleichen online
- 4) Content Marketing steigert die Relevanz für Ihre SEO-Kampagne
- 5) Hochwertiges Content Marketing wirkt langfristig
- 6) Content Marketing trägt zur Kundenbindung bei
- 7) Content Marketing kann Sie als Experten positionieren
- 8) Content Marketing ist kosteneffizient
- 9) Menschen suchen häufig nach Informationen, nicht nach Produkten
- 10) Die Customer Journey findet oft vorwiegend digital statt
- 11) Content Marketing steigert Ihren Website Traffic
- 12) Content Marketing ist messbar

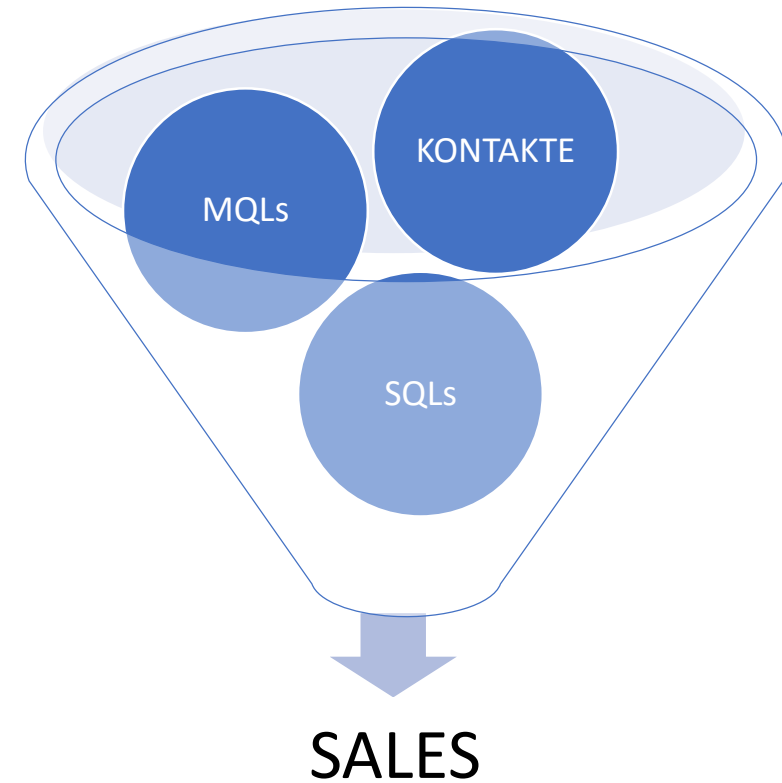
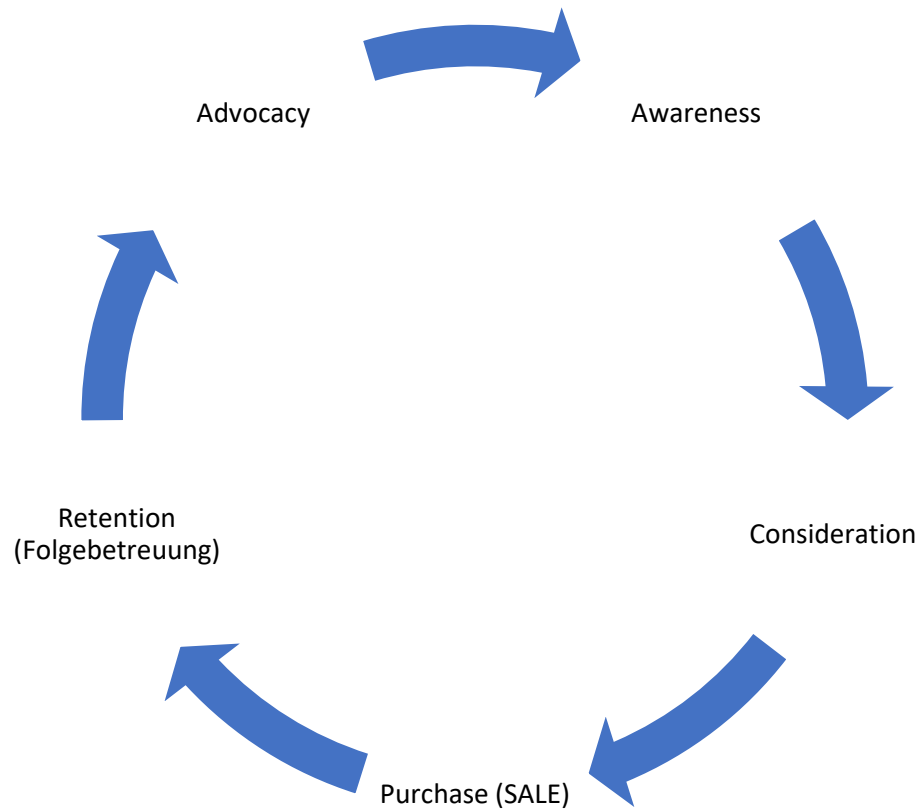


# S.M.A.R.T. - Ziele





# Customer Journey & Sales Funnel





Q & A ???



Q & A ????

[hello@pr-iority.com](mailto:hello@pr-iority.com)

3x 1 h – Implementierung des Customer Journey-Konzepts zu ihren Verkaufsprozessen





# Die 5 K

1 - Kunde





# Die 5 K

1 – Kunde

2 - Kontext





# Die 5 K

1 – Kunde

2 – Kontext

3 - Kreativität



The background of the slide is a photograph of an interior room. The ceiling is made of dark, rustic wooden beams. Below the beams, there are decorative white brackets with colorful, ornate patterns in shades of red, orange, and blue. The walls are a light, neutral color. There are several windows with red curtains. One window in the center-left is partially open, showing a glimpse of the outside. The lighting is bright, suggesting daylight.

# Die 5 K

1 – Kunde

2 – Kontext

3 – Kreativität

4 - Kanäle





# Die 5 K

- 1 – Kunde
- 2 – Kontext
- 3 – Kreativität
- 4 – Kanäle
- 5 - Kalkulation

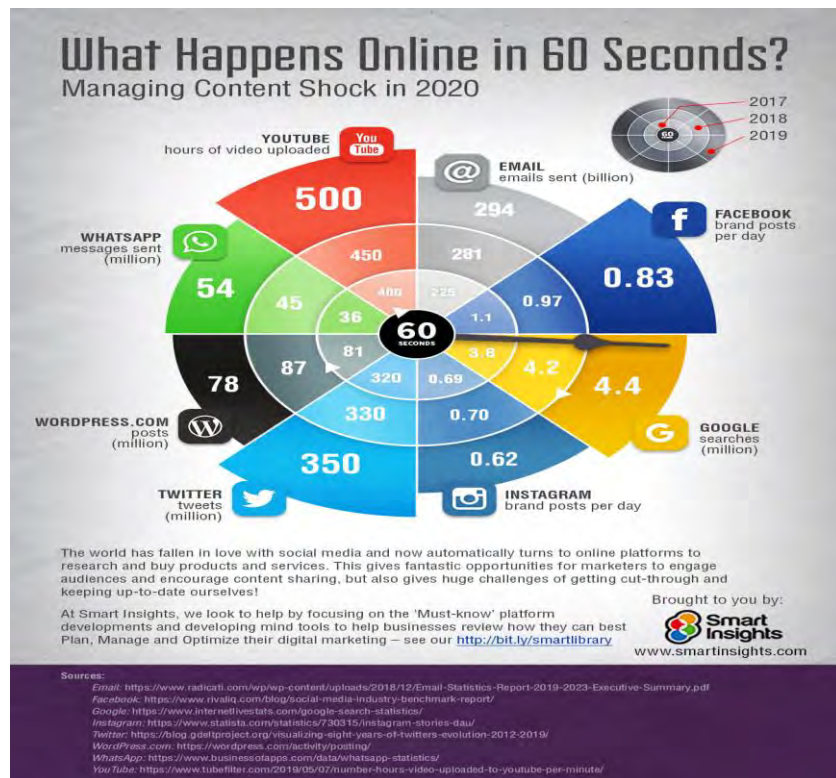


# CONTENT SHOCK

was passiert in einer Internet-Minute (1/1440 Tag)

2017-2019

2021





# Content Marketing Strategie & Content Strategie

## Content Marketing Strategie

6 Schritte



## Content Strategie

10 Schritte







# Content Marketing Strategie

- 1) Customer (Buyer's) Personas erarbeiten





# Content Marketing Strategie

- 1) Customer (Buyer's) Personas erarbeiten
- 2) Content Strategie erstellen





# Content Marketing Strategie

- 1) Customer (Buyer's) Personas erarbeiten
- 2) Content Strategie erstellen
- 3) Website-Strategie erarbeiten





# Content Marketing Strategie

- 1) Customer (Buyer's) Personas erarbeiten
- 2) Content Strategie erstellen
- 3) Website-Strategie erarbeiten
- 4) Content & SEO





# Content Marketing Strategie

- 1) Customer (Buyer's) Personas erarbeiten
- 2) Content Strategie erstellen
- 3) Website-Strategie erarbeiten
- 4) Content & SEO
- 5) Editorial Calendar





# Content Marketing Strategie

- 1) Customer (Buyer's) Personas erarbeiten
- 2) Content Strategie erstellen
- 3) Website-Strategie erarbeiten
- 4) Content & SEO
- 5) Editorial Calendar
- 6) Anpassen an Reaktion der Kunden





# 10 Schritte zur Content Strategie

- Customer Personas erarbeiten
- Customer Journey ausarbeiten
- Wettbewerbs-Analyse durchführen
- Content-Analyse der Branche
- Markenrichtlinien (Brand Attributes) festlegen
- Keyword-Recherche durchführen
- Content Audit durchführen (Bestandaufnahme bestehender Inhalte – insb. 2 Fragen: SEO & Conversion)
- Website-Strategie erarbeiten
- Content-Mapping ausarbeiten (welche Inhalte brauchen Customer in welcher Phase der Customer Journey)
- Redaktionsprozess & Content Governance definieren



# BSP. 1 - DOVE

---



Shelly

The older I've gotten the most freckles I've gotten.



# BSP. 1 – DOVE CONTENT AUFBEREITET



---

Beim FBI forensisch  
ausgebildeter Zeichner

---

Frauen sehen sich zumeist  
negativ

---

Schönheit kommt von innen

---

Man weiß nicht, wie man von  
anderen gesehen



# BSP. 2 - ACCENTURE

---

## You are change - Gestalte den Wandel mit uns

**Es geht nicht einfach um einen neuen Job. Sondern darum, digitalen Wandel zu gestalten.**

Wir sind immer auf der Suche nach Menschen, die Veränderungen vorantreiben und Einfluss auf die Welt von morgen nehmen wollen. Denn genau das macht das Arbeiten bei Accenture aus: Wir unterstützen unsere Kund:innen dabei, über sich hinaus zu wachsen und neue, innovative und digitale Wege zu gehen, die Vorbilder für uns alle sein können.

**Es geht nicht um einen modernen Arbeitsplatz. Sondern darum, etwas zu tun, das dich erfüllt.**

#LetThereBeChange





# Bsp. 2 - Accenture

The screenshot shows the Accenture website header with navigation links: Insights, Services, Branchen, Karriere, Über Accenture. The main banner features the headline "Vorreiter gesucht" (Leadership sought) with the sub-headline "Wie die Meister des Wandels den Moment für sich nutzen" (How the masters of change use the moment for themselves) and the date "17 FEBRUAR 2021". Below the banner, there are social sharing icons and a button "VOLLSTÄNDIGEN BERICHT ANSEHEN". The article content is titled "Tech-Trends im Überblick" and includes three bullet points. To the right, there is a section "Über die Autoren" (About the authors) listing three individuals: Paul Daugherty, Marc Carrel-Billiard, and Michael Biltz, each with their title and social media icons.

accenture Insights Services Branchen Karriere Über Accenture

Technology Vision 2021

## Vorreiter gesucht

Wie die Meister des Wandels den Moment für sich nutzen

17 FEBRUAR 2021

TEILEN [Social Icons] VOLLSTÄNDIGEN BERICHT ANSEHEN

### Tech-Trends im Überblick

- In einem Jahr enormer Herausforderungen ist immer mehr Entscheidern klar geworden, dass heute jedes Unternehmen ein Tech-Business ist.
- Führende Unternehmen leiteten im Zuge der Pandemie eine neue Ära der fortschreitenden Transformation ein. Erfolgreiche Unternehmen haben dabei erkannt: Wer führend bleiben will, muss sich auf Technologie fokussieren.
- Diese Unternehmen lernen gerade, den Wandel zu meistern, und stellen die Weichen für die Zukunft.

#### Über die Autoren

**PAUL DAUGHERTY**  
Group Chief Executive - Technology & Chief Technology Officer

**MARC CARREL-BILLIARD**  
Senior Managing Director - Accenture Labs and Extended Reality

**MICHAEL BILTZ**  
Managing Director - Accenture Technology Vision

---

Digital Change – Persönliche Chance

---

Nicht nur für Kunden, sondern auch für neue Mitarbeiter

---

Accenture ist für alle –

---

Change = Chance

---



Q & A ???



# Erfolgsmessung

- Essentiell bei jeder Maßnahme
- Festlegung der Art bereits bei der Erstellung der Content Marketing Strategie bzw. der Content Strategie
- 2 Arten:
  - KPIs durch Content Marketing
  - KPIs durch Content Marketing in Sales Funnel





# Erfolgsmessung

## **KPIs durch Content Marketing**

- Seitenaufrufe
- Brand Awareness
- Trafficsteigerung
- Absprungrate
- Leadgenerierung
- Verweildauer
- Click-Through-Rate
- Position in Suchergebnissen (Relevanz der Inhalte)
- Conversion Rate

## **KPIs durch Content Marketing in Sales Funnel**

- Visits zu Leads
- Leads zu Marketing Qualified Leads (MQLs)
- MQLs zu Sales Qualified Leads (SQLs)
- SQLs zu Kunden



# Content Marketing Best Practice

- Stellen Sie die Kunden an erste Stelle
- Sammeln und analysieren Sie Daten, um Ihre Kunden zu verstehen
- Überlegen Sie sich Videos oder Live-Streaming
- Teilen Sie den Content von anderen
- Richten Sie Ihr Augenmerk auf den Wert
- Verwenden Sie zumindest Multi-Channel Marketing für den Content





# Content Marketing Arten 1 (Bsp.)

## **Text**

- Blogbeiträge
- Social Media Postings
- Presstexte
- White Paper
- E-Books
- Case Studies
- Checklisten
- Mailings & Newsletters

## **Audio**

- Podcasts
- Content für Sprachassistenten (z.B. Alexa)
- Diverser O-Ton



# Content Marketing Arten 1

## **Video**

- Image - & Unternehmensvideo
- Live-Videos
- Produktvideos
- Klassische Werbespots
- Animierte Videos
- Tutorials
- Employer Branding Videos
- Webinare

## **Bild**

- Infografiken
- Animierte Bilder
- Slideshows
- 360° Bilder
- Fotos



# Content Marketing Trends 2021/22

- Der Wettbewerb wächst weiter
- Content ist Teil der Customer Journey
- Marken errichten Content Communities
- Gesteigerter Gebrauch von K.I. im Marketing
- Integrieren Sie Ihr Content Marketing in Ihre SEO Kampagne
- Erstellen Sie einen Content Marketing Workflow bestehend aus Ideensammlung, Ideenspeicherung, Ausarbeitung der Ideen und Integration in den Editorial Calendar





Q & A ???



Q & A ????

[hello@pr-iority.com](mailto:hello@pr-iority.com)

3x 1 h – Implementierung des Customer Journey-Konzepts zu ihren Verkaufsprozessen



Do – or do not, there is no try!  
Danke!

Viel Erfolg für Sie!