

ERFOLGREICH ONLINE BUSINESS

DIE BESTEN LAUNCH-STRATEGIEN



LUCERNOR DIGITAL STUDIO

Vorwort

In der heutigen digitalen Welt entscheidet nicht mehr nur das beste Produkt über Erfolg oder Misserfolg eines Online-Business – sondern die Fähigkeit, die richtigen Inhalte zur richtigen Zeit an die richtige Zielgruppe zu kommunizieren. Genau hier setzt Content Marketing an.

Dieses E-Book wurde entwickelt, um dir einen klaren, praxisnahen und verständlichen Einstieg in die Welt des Content Marketings zu ermöglichen. Egal, ob du gerade erst mit deinem Online-Business startest oder bereits erste Erfahrungen gesammelt hast – du wirst lernen, wie du Inhalte gezielt einsetzt, um Aufmerksamkeit zu gewinnen, Vertrauen aufzubauen und langfristig Kunden zu gewinnen.

Von den Grundlagen des Content Marketings über die verschiedenen Arten von Inhalten – wie Blogbeiträge, Videos, Podcasts oder E-Books – bis hin zur strategischen Nutzung von Social-Media und Leadgenerierung: Dieses Buch führt dich Schritt für Schritt durch alle relevanten Bereiche. Dabei geht es nicht nur um Theorie, sondern vor allem um konkrete Strategien, die sich in der Praxis bewährt haben.

Du erfährst, wann es sinnvoll ist, Inhalte selbst zu erstellen oder zu kuratieren, wie du Content effektiv zur Leadgewinnung nutzt und welche Plattformen sich für dein Business besonders eignen. Ziel ist es, dir ein solides Fundament zu geben, mit dem du nachhaltig Reichweite aufbaust, deine Marke stärkst und dein Online-Business erfolgreich skalierst.

Nutze dieses E-Book als Leitfaden, Inspirationsquelle und Nachschlagewerk. Setze das Gelernte Schritt für Schritt um – denn konsequentes Content Marketing ist kein kurzfristiger Trend, sondern ein entscheidender Erfolgsfaktor für dein digitales Business.

Ich wünsche dir viel Erfolg und wertvolle Erkenntnisse beim Lesen und Umsetzen!

Dimitrios Skretas
Lucernor Team

INHALT

Kapitel 1: Was ist Content Marketing?	5
Kapitel 2: Warum Content Marketing?	7
Kapitel 3: Arten von Inhalten Marketing.....	11
Blog-Beiträge	11
Gast-Blogbeiträge	11
Cartoons oder Comics	12
E-Books	12
Infografiken.....	13
Video	13
Testimonials.....	13
Livestream Video	14
Podcast.....	15
Wer profitiert von was	15
Fallstudien.....	15
Benutzergenerierte Inhalte	16
Inhalt, der unterhaltsam ist.....	17
Inhalte, die überzeugen.....	17
Inhalte, die aufklären.....	17
Inhalte zum Verkaufen oder Konvertieren	17
Kapitel 4: Kuratieren vs. Erstellen von Inhalten	18
Inhalte kuratieren	18
Profis	18
Nachteile	19
Forschung.....	19
Moderation	20
Einsicht	20
Inhalte erstellen	20
Profis	20
Sie besitzen die Exklusivrechte an Ihren Inhalten.....	21
Nachteile	21
Vorbereitung.....	22
Authentizität	22
Konservativ denken	22
Kapitel 5: Nutzen Sie Inhalte, um Leads zu erhalten	24

Richten Sie Ihr E-Mail-Marketing-Tool ein	25
E-Book als attraktive kostenlose Zugabe	25
Coupon	25
Kostenloses Produkt	26
Kostenlose Beratungsgespräche	26
Machen Sie Ihre Inhalte verfügbar	26
Kapitel 6: Content Marketing und soziale Medien	28
Facebook	28
X (Twitter)	29
Follower	29
Tweets	29
LinkedIn	29
Pinterest	30
Facebook für Verkaufskontakte	31
Fazit	33

Content Marketing ist ein Begriff, der häufig fällt, wenn es um digitales Marketing geht. Er wird oft in so vielen verschiedenen Zusammenhängen verwendet, dass es schwierig sein kann, zu verstehen, was er wirklich bedeutet. Lassen Sie uns das gleich klären.

Content Marketing ist die Nutzung jeglicher Art von Medien als Instrument zur Steigerung der Bekanntheit und des Umsatzes Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation.

Medien sind alles, was erstellt wurde, wie Blogbeiträge, Artikel, Videos, Bilder oder Bücher. Was Sie gerade lesen, ist eine Form von Inhalt oder Medium. Er kann in langer oder sehr kurzer Form vorliegen. Der Hauptzweck von Inhalten besteht darin, eine Aussage zu treffen, die für Ihr bevorzugtes Publikum überzeugend und attraktiv ist. Wenn Sie Inhalte für Marketingzwecke verwenden, sollten Sie eine Art Aufforderung zum Handeln einbauen, die die Menschen dazu ermutigt, etwas zu tun. Sie können sie auffordern, auf einen Link zu klicken, einen Anruf zu tätigen, eine Petition zu unterzeichnen oder einfach die Informationen zu teilen.

Das Wichtigste beim Einsatz von Content Marketing ist, dass Sie sich darauf konzentrieren, einen Mehrwert zu bieten. Sie erstellen keine Werbung. Werbespots sind zwar eine Form von Inhalten, aber sie sind einseitig. Ihr Zweck ist ausschließlich der Verkauf. Wenn Sie Inhalte als Marketinginstrument einsetzen, ist Ihr Ziel Menschen aufzuklären, zu informieren und zu engagieren mit dem Ziel, sie zu Kunden zu machen.

Es geht nicht um direkte Verkäufe, um Ihren Gewinn zu steigern, sondern um die Nutzung von Informationen, um Kunden und potenziellen Kunden zu zeigen, dass Ihr Unternehmen ihnen den Wert bieten kann, den sie brauchen, um ihr Leben in irgendeiner Weise zu verbessern. Es handelt sich um eine indirekte Verkaufsmethode, die Kunden zu Stammkunden machen kann.

Indem Sie Inhalte teilen, fördern Sie eine Form der wechselseitigen Kommunikation. Sie möchten nicht nur, dass die Menschen zu Kunden werden, sondern dass sie zu einer aktiven Gemeinschaft von Kunden werden, die Ihr Unternehmen regelmäßig nutzen.

Der Grund, warum Sie so viel über Content Marketing hören, ist, dass Unternehmen beginnen zu erkennen, dass die Kommunikation mit Kunden viel nützlicher ist als die Kommunikation an Kunden. Bei der Werbung kommuniziert man mit den Kunden. Man stellt Botschaften und Bilder zusammen, von denen man glaubt, dass sie den Kunden gefallen, und schickt sie in ihre Richtung.

Es gibt keinen Raum für einen Dialog oder irgendeine Art von Engagement mit Ihrem Publikum. Diese Art der Kommunikation ist nicht mehr so effektiv wie früher. Die Menschen neigen dazu, Werbung auszublenden, also muss man mehr davon machen, um Wirkung zu erzielen.

Die Menschen blenden Informationen nicht aus. Im Zeitalter der Information konsumieren die Menschen diese sogar in großen Mengen.

Der 24-Stunden-Nachrichtenzyklus ist ein Paradebeispiel dafür. Es gibt Nachrichtensender, die 24 Stunden am Tag auf Sendung sind und Informationen weitergeben. Diese Sender würden nicht florieren, wenn die Menschen nicht zu jedem beliebigen Zeitpunkt des Tages Informationen wissen wollten. Wenn Sie in der Lage sind, zu ihrem Wunsch nach Wissen und Informationen beizutragen, werden Sie nicht abgetan.

Aus diesem Grund sollte Content Marketing von allen Unternehmen genutzt werden, insbesondere von solchen, die im digitalen Raum tätig sind. Sie haben die Möglichkeit, mit Ihrem Publikum auf sinnvolle Weise in Kontakt zu treten. Sie haben die Möglichkeit, deren Wissensdurst zu stillen und gleichzeitig ein Produkt oder eine Dienstleistung anzubieten, die dies unterstützt.

Dieses Buch wird Sie dabei unterstützen. Es führt Sie in die verschiedenen Arten von Inhalten ein und zeigt Ihnen, wie Sie diese nutzen können, um Leads und Verkäufe zu erzielen. Das Großartige am Content Marketing ist, dass es jeder machen kann. Sobald Sie sich auf die Art von Inhalten festgelegt haben, die Sie am liebsten erstellen möchten, können Sie es tun.

Tauchen wir ein in das Content Marketing!

Jetzt, wo Sie besser verstehen, was Content Marketing ist, fragen Sie sich vielleicht, warum Sie es nutzen sollten. Die Erstellung von Inhalten kann Zeit und Mühe kosten, die Sie für andere Dinge, die Sie für Ihr Unternehmen tun könnten, benötigen. Es ist definitiv keine magische Pille, die Sie verwenden können, um sofortige gewinnbringende Ergebnisse zu erzielen. Es ist jedoch ein sehr wertvoller Prozess, den Sie mehrfach nutzen können, um Ihr Unternehmen aufzubauen.

Wie bei jeder Marketingmaßnahme müssen Sie sich die Zeit nehmen, eine Strategie zu entwickeln, einen Plan zu erstellen und festzulegen, wie Sie eine Content-Marketing-Kampagne messen wollen. Ja, das kostet Zeit, aber diese Zeit ist gut investiert. Hier sind einige Statistiken, die den Wert der Erstellung von Inhalten zeigen.

1. Nach Angaben von Nielsen vertrauen 58 % der Verbraucher redaktionellen Inhalten.
2. 80 % der Entscheidungsträger in Unternehmen ziehen es vor, Informationen über ein Unternehmen in einer Artikelserie zu erhalten, anstatt in einer Anzeige.
3. 61 % der Verbraucher geben an, dass sie ein besseres Gefühl bei einem Unternehmen haben, das maßgeschneiderte Inhalte liefert, und dass sie auch eher bei diesem Unternehmen kaufen würden.
4. B2B-Unternehmen mit Blogs generieren im Durchschnitt 67 % mehr Leads pro Monat als Firmen, die keine Blogs führen.
5. Content Marketing kostet 62 % weniger als traditionelles Marketing und generiert etwa dreimal so viele Leads.
6. Interessante Inhalte sind die 3 wichtigsten Gründe, warum Menschen Marken in den sozialen Medien folgen.

Beeindruckend, oder?

Da Content Marketing noch recht neu ist, werden seine Vorteile noch ermittelt, aber diese Zahlen sind mehr als vielversprechend. In den wenigen Jahren, in denen Unternehmen Inhalte in ihre Marketingstrategie integriert haben oder eine Marketingstrategie rund um Inhalte entwickelt haben, hat sich dies als sehr nützlich erwiesen.

Wenn Sie beim Thema Content Marketing zögern, weil Sie die Investition scheuen, sollten Sie bedenken, dass Sie bereits eine Form von Content Marketing betreiben, ohne es zu merken. Ihre Website, E-Mails und Unternehmens-Newsletter sind allesamt Formen von Inhalten, mit denen Sie zur Marke Ihres Unternehmens beitragen.

Sie sind sich dessen vielleicht nicht bewusst, aber Sie verwenden bereits Inhalte in Ihrem Unternehmen, auch wenn Sie nicht beabsichtigen, damit Umsatz zu machen. Jetzt ist es an der Zeit, Ihre Sichtweise auf die Kommunikationsmittel, die Sie für Ihr Unternehmen erstellen,

zu ändern. Alles, was Sie erstellen, hat die Fähigkeit, den Verkauf zu fördern oder ein Publikum aufzubauen.

Da Sie bereits Inhalte für Ihr Unternehmen erstellen, sollte dies nicht auch Ihrem Endergebnis zugutekommen?

Im Folgenden finden Sie einige zusätzliche Vorteile, die Sie von Ihrem Vorhaben abbringen können:

1. Content Marketing ist kosteneffizient

Die Grundlage des Content Marketing sind Informationen, die Sie bereits haben. Alles, was Sie tun müssen, ist, sie in ein Format zu bringen, das von potenziellen Kunden leicht geteilt und verdaut werden kann. Einige dieser Formate sind kostenlos zu erstellen und zu verbreiten, wie später noch erläutert wird. Sie brauchen zwar Zeit, aber wenn Sie einmal einen guten Inhalt erstellt haben, kann er oft mehrfach verwendet werden, um Einnahmen zu erzielen. Auch wenn der anfängliche Zeitaufwand recht hoch sein mag, wird sich diese Investition im Laufe der Zeit durch die Vorteile, die sich aus dem Inhalt ergeben, bezahlt machen.

2. Content Marketing hilft Ihnen, eine Beziehung zu Ihrem Publikum aufzubauen

Wann immer Sie mit Ihrem Publikum kommunizieren, schaffen Sie Raum für einen Dialog, der zu einer Beziehung führt. Markentreue entsteht, wenn die Verbraucher eine Beziehung zu einer Marke haben.

Vor dem Content Marketing dauerte es in der Regel Jahre, diese Beziehung aufzubauen. Jetzt können Sie dies in viel kürzerer Zeit erreichen, indem Sie Inhalte teilen, die Ihrem Unternehmen und Ihrer Marke ein Gesicht geben. Wenn Sie den Schleier des Unternehmens lüften und Einblicke in das geben, was Ihr Unternehmen antreibt und welche Werte es vertritt, entsteht eine viel bedeutsamere Verbindung zu den Verbrauchern. Inhalte sind das Werkzeug, mit dem Sie das tun können.

3. Mit Content Marketing können Sie eine Ressource sein

Indem Sie wertvolle Informationen und Erkenntnisse mit anderen teilen, können Sie zeigen, welchen Wert Ihr Unternehmen bieten kann. Indem Sie sich selbst als Ressource präsentieren, haben Sie die Möglichkeit, ein gewisses Maß an Vertrauen aufzubauen, bevor die Menschen zu Kunden werden. Wenn Kunden Ihnen vertrauen, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie zu langfristigen Kunden werden, sehr viel größer. Sie sind auch viel eher bereit, andere potenzielle Kunden an Ihr Unternehmen zu verweisen.

4. Content Marketing verschafft Ihnen einen Wettbewerbsvorteil

Wenn Sie kein multinationales Unternehmen mit einem riesigen Marketingbudget sind, kann es entmutigend erscheinen, auf dem Markt Fuß zu fassen und effektiv zu konkurrieren. Vielleicht haben Sie das Gefühl, dass Sie nicht konkurrenzfähig sind, vor allem, wenn es sich um eine Branche mit wenigen großen Akteuren handelt. Das Teilen von Inhalten verschafft Ihnen einen Vorteil, weil es das Spielfeld ebnet. Sie haben eine einzigartige Perspektive und können professionelle Einblicke geben, genau wie jemand in einem größeren Unternehmen. Multinationale Konzerne haben kein Monopol auf Wissen.

5. Content Marketing ist nicht branchenspezifisch

Jede Branche kann vom Austausch wertvoller Informationen und Erkenntnisse mit den Verbrauchern profitieren. Sie müssen nicht in einem kreativen oder unterhaltungsorientierten Bereich tätig sein, um vom Teilen von Inhalten zu profitieren. Solange Sie einen Mehrwert bieten, den die Menschen nutzen können, werden Sie vom Content Marketing profitieren.

6. Content Marketing schafft gebildete Kunden

Manchmal verbringt man als Unternehmen viel Zeit damit, immer wieder die gleichen Fragen zu beantworten. Aus diesem Grund haben viele Unternehmenswebsites Seiten mit häufig gestellten Fragen. Auf diese Weise wird versucht, einige der am häufigsten gestellten Fragen zu beantworten, um sicherzustellen, dass die Kunden, wenn sie mit dem Unternehmen in Kontakt treten, gut informiert sind. Indem Sie Inhalte weitergeben, tragen Sie dazu bei, diesen Wissensstand noch weiter zu erhöhen. Ihre Interaktionen mit den Kunden konzentrieren sich mehr darauf, wie Sie helfen können, und weniger darauf, warum sie Ihre Hilfe brauchen.

7. Content Marketing schafft mündige Verbraucher

Wenn Menschen über etwas informiert sind und sich auskennen, sind sie in der Lage, fundierte Entscheidungen zu treffen. Wenn Ihre Kunden befähigt sind, können sie versierter sein und es ist einfacher, mit ihnen zu arbeiten. Menschen sind dankbar, wenn man ihnen die Möglichkeit gibt, sich selbst zu helfen, vor allem, wenn dies durch die Weitergabe von Informationen geschieht. Wertschätzende Kunden können zu langfristigen Kunden werden.

8. Content Marketing kann zu einer viralen Kampagne führen

Es ist zwar keine gute Idee, Inhalte nur deshalb zu erstellen, damit sie viral gehen, aber Sie erhöhen Ihre Chancen, dass sie viral gehen, indem Sie sie erstellen. Es kann schwierig sein, einen Inhalt zu einem viralen Ereignis zu machen, vor allem weil die Faktoren, die zu einer solchen Verbreitung führen, variieren können und schwer zu bestimmen sind. Wenn Sie jedoch Inhalte erstellen, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie sich viral verbreiten, viel größer, als wenn Sie gar keine Inhalte erstellen.

9. Mit Content Marketing haben Sie die Kontrolle über Ihre Botschaft

Wenn Sie derjenige sind, der die Inhalte erstellt, die Ihr Unternehmen repräsentieren, haben Sie die Kontrolle darüber, was diese Botschaft ist und was sie aussagt. Sie können bestimmen, wer Ihr ideales Publikum ist, und die Botschaften ausschließlich für dieses Publikum erstellen. Sie können auch bestimmen, welche Inhalte am besten funktionieren. Manchmal sind traditionelle Werbe- und Marketingbotschaften nicht der beste Weg, um mit Ihren idealen Kunden zu kommunizieren. Content Marketing gibt Ihnen die Flexibilität und Kontrolle, das zu tun, was für Ihr Publikum am besten ist.

10. Mit Content Marketing können Sie Informationen wiederverwenden

Wenn Sie einen wertvollen Inhalt erstellen, ist es immer möglich, diese Informationen für weitere Zwecke wiederzuverwenden. Sie können ein White Paper in eine Reihe von Artikeln umwandeln und diese Artikel dann in kurze Videos verwandeln.

Die Möglichkeiten, die Sie mit Ihren Inhalten haben, sind nur durch Ihre eigene Kreativität und Fantasie begrenzt.

Wenn die Statistiken zu Beginn dieses Kapitels noch nicht ausreichen, um Sie davon zu überzeugen, warum Sie Content Marketing einsetzen sollten, dann sollten die soeben dargelegten Vorteile ausreichen. Als kleines Unternehmen müssen Sie kreativ sein, wenn es darum geht, wie Sie Ihr Publikum erreichen. Wenn Sie Wege finden, wie Sie eine Verbindung herstellen und Ihren Wert zeigen können, wird dies einen langen Weg zum Aufbau eines dauerhaften Kundenstamms bedeuten.

Content Marketing gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihr Wissen und Ihre Erfahrung zu nutzen, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Sie lassen Geld auf dem Tisch liegen, wenn Sie diese Möglichkeit nicht voll ausschöpfen. Außerdem hat niemand das gleiche Wissen und die gleichen Erfahrungen wie Sie. Die Erstellung von Inhalten ermöglicht es Ihnen, Ihr eigenes Alleinstellungsmerkmal zu entdecken und zu nutzen.

Content Marketing ist nützlich, aber wenn Sie sich noch nie damit beschäftigt haben, fällt es Ihnen vielleicht schwer, die verschiedenen Arten von Inhalten zu erkennen, die Sie verwenden können. Selbst wenn Sie sich bereits im Content-Marketing versucht haben, wissen Sie vielleicht nicht, wie Sie das Beste aus Ihren Inhalten herausholen können. Es ist immer hilfreich, eine Liste der verschiedenen Arten von Inhalten zu haben.

Im Folgenden finden Sie eine Liste dieser Inhalte sowie eine Erläuterung der Arten von Unternehmen, die am meisten davon profitieren könnten.

BLOG-BEITRÄGE

Bloggen ist für Unternehmen zu einem beliebten Mittel geworden, um mit Kunden und potenziellen Kunden zu kommunizieren. Diese Art von Content Marketing ermöglicht es Ihnen, Ihrem Unternehmen eine Stimme zu geben. Es bietet auch die Flexibilität, andere Arten von Inhalten innerhalb des Blogs zu teilen. Die Beiträge können aus Text, Bildern, Videos oder einer Kombination aus diesen drei Arten bestehen. Bei Blog-Beiträgen ist zu beachten, dass Sie sie mit einem gewissen Maß an Konsistenz erstellen müssen, damit die Besucher Ihre Blog-Beiträge immer wieder lesen. Sie müssen nicht jeden Tag einen Beitrag verfassen, aber Sie müssen ihn regelmäßig veröffentlichen.

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Blog-Posts können für eine Vielzahl von Unternehmen nützlich sein, weil Sie damit die Art von Informationen, die für Ihr Publikum am besten geeignet sind. Es ist ideal für Unternehmen, die viele Informationen oder Nachrichten veröffentlichen. Wenn Sie viel haben, dass in Ihrem Blog geteilt und diskutiert werden kann, werden Sie keine Probleme mit dem Inhalt haben.

GAST-BLOGBEITRÄGE

Wenn Sie nicht daran interessiert sind, Ihren eigenen Blog zu betreiben, können Sie Inhalte für andere Blogs erstellen. Dazu müssen Sie einige Nachforschungen anstellen und Blogs ausfindig machen, die gut zu Ihrer Marke passen und eine engagierte und aktive Anhängerschaft haben. Sie müssen auch darauf vorbereitet sein, dem Blogbesitzer Ihre Beiträge vorzuschlagen. In diesem Fall sollten Sie einige Blogpost-Themen vorbereiten und möglicherweise einige dieser Themen in veröffentlichungsreife Beiträge umwandeln. Der beste Weg, um sicherzustellen, dass Ihre Beiträge akzeptiert und veröffentlicht werden, ist, sich etwas Zeit zu nehmen und sich mit der Stimme des Blogs vertraut zu machen. Sie müssen sicherstellen, dass Ihre Beiträge zu dem Blog passen, bei dem Sie sie einreichen, sonst werden sie nicht veröffentlicht.

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Wie bei einem Blog, den Sie selbst erstellen, können auch Gastbeiträge in Blogs für eine Vielzahl von Unternehmen von Nutzen sein.

Solange es einen aktiven Blog gibt, können Sie dort Gastbeiträge einreichen.

Es gab eine Zeit, in der Cartoons und Comics einem jüngeren Publikum vorbehalten waren, aber sie bieten auch einen gewissen Nutzen für Unternehmen, die Informationen auf eine eher skurrile Weise vermitteln möchten. Cartoons und Comics können verwendet werden, um Themen zu erklären, die vielleicht schwer zu verstehen oder insgesamt nicht besonders interessant sind, aber ein breites Publikum ansprechen sollen. Dies ist eine der Formen von Inhalten, die verwendet werden, um einige technische Produkte zu erklären, die für ein nicht technisch versiertes Publikum von Vorteil wären.

Für die Erstellung eines Cartoons oder Comics gibt es mehrere Möglichkeiten. Sie können einen Profi beauftragen, der einen Comic entwirft oder erstellt. Sie können auch ein Tool verwenden, mit dem Sie Ihren eigenen Cartoon erstellen können. Diese Websites machen es Ihnen leicht, indem sie ein Menü mit Figuren und Szenen anbieten.

Englische Webseiten

- a) Go Animate - <http://goanimate.com/>
- b) Moovly - <http://www.moovly.com/>
- c) Wideo - <http://wideo.co/>

Deutsche Seiten

- a) Animaker - <https://www.animaker.de/>
- b) Renderforest - <https://www.renderforest.com/de/animation-maker>
- c) Anymator - <https://anymator.de/>

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Wenn sich Ihre Organisation an Kinder oder Eltern von Kindern wendet, ist diese Art von Inhalt gut geeignet. Sie eignet sich auch hervorragend für die Erstellung von Videos über technische Produkte, Sanitärprodukte, Gesundheitsprodukte und jede andere Art von Produkt, das von der skurrilen Natur der Animation profitieren könnte.

E-BOOKS

EBooks sind elektronische Bücher, die geschrieben wurden, um online oder über E-Reader verbreitet zu werden. Sie können so kurz wie 10 Seiten oder so lang wie 150 Seiten sein. Ein E-Book ist eine lange Form von Inhalt, der zur Bereitstellung von Informationen verwendet wird. Manchmal enthält das Buch eine Aufforderung zum Handeln, manchmal wird es aber auch als Werbemittel verwendet, um eine E-Mail-Liste aufzubauen. Diese Werbematerialien nehmen viel Zeit in Anspruch und sollten mit einem Plan für ihre Verwendung erstellt werden. Ein E-Book kann dazu verwendet werden, ein Thema zu erörtern, ein Publikum zu unterrichten oder eine Geschichte zu erzählen. Es kann auch für alle drei Zwecke verwendet werden. Sie können auch Leitfäden im E-Book-Format erstellen.

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Wenn Ihr Unternehmen mit Internetmarketing oder anderen geschäftsorientierten Branchen zu tun hat, könnte es von dieser Art von Inhalten

profitieren. Sie eignet sich auch gut für Gesundheits- und Fitnessorganisationen sowie für jede spezialisierte Nischenbranche. Wann immer Sie es mit einem Publikum zu tun haben, das Informationen schätzt, können Sie von der Erstellung und Verbreitung eines eBooks profitieren.

INFOGRAFIKEN

Infografik ist die Abkürzung für Informationsgrafik. Dabei wird eine lange, oft komplexe Reihe von Statistiken und Informationen in ein leicht zu lesendes grafisches Format gebracht. Wenn Sie einen umfangreichen Forschungsbericht oder ein Dokument erstellen und die Informationen an ein breites Publikum weitergeben möchten, ist dies die ideale Methode dafür.

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Wenn Ihr Unternehmen sehr statistikorientiert ist oder komplizierte Informationen verwendet, ist eine Infografik ein großartiges Mittel zur Kommunikation.

VIDEO

Das Großartige an Videos ist, dass sie von jeder Art von Organisation genutzt werden können. Wenn Sie ein Video einsetzen wollen, muss es gut geplant und ausgeführt werden. Sie müssen nicht gleich Zehntausende von Dollar ausgeben, aber wenn Sie kein großes Budget haben, ist es wichtig, dass Sie sicherstellen, dass Ihr Video von guter Qualität ist. Es ist auch wichtig, dass Ihr Video nicht zu lang ist. Sie wollen nicht, dass die Besucher Ihrer Website das Gefühl haben, sie müssten sich ein langes Video ansehen.

Machen Sie es kurz und prägnant und fordern Sie sie auf, in irgendeiner Weise aktiv zu werden. Was die Länge des Videos angeht, haben Sie einen gewissen Spielraum, aber nicht viel. Im Idealfall sollte Ihr Video nicht viel länger als 1-3 Minuten sein. Wenn Sie jedoch wertvolle Informationen liefern, kann es bis zu 5-7 Minuten dauern. Es gibt einige Unternehmen, die Videos erstellen, die eine halbe Stunde oder länger dauern können. Tun Sie das nur, wenn Sie absolut sicher sind, dass Ihr Publikum einschalten wird. Unternehmen aus dem Bildungsbereich stellen möglicherweise Videos von Workshops zur Verfügung, die eine Art von Unterricht bieten. In diesem Fall kann auch ein längeres Video akzeptiert werden.

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Jede Art von Unternehmen kann Videos nutzen. Sie sollten darauf achten, dass das Video wertvoll und nicht zu lang ist. Wenn Sie ein Video erstellen, das mehrere Minuten lang ist, sollten Sie nach Möglichkeiten suchen, es in einzelne Abschnitte zu unterteilen und eine Serie zu erstellen. Auf diese Weise können Sie die Besucher dazu bringen, immer wieder auf Ihre Website zurückzukehren, um Zugang zu allen Informationen zu erhalten, die Sie in der Serie anbieten.

TESTIMONIALS

Manchmal ist der beste Weg, Menschen zu ermutigen, neue Kunden zu werden, indem Sie Ihre derzeitigen Kunden Ihr Loblied singen lassen. Zeugnisse können sehr wirkungsvoll sein, wenn es darum geht, den Wert des Produkts oder der Dienstleistung, die Sie anbieten, aufzuzeigen. Die besten Zeugnisse sind diejenigen, die authentisch klingen und sich authentisch anfühlen und Besonderheiten Ihres Unternehmens enthalten. Ich brauchte zum

Beispiel dringend einen Klempner, und Jamie war bereit, an einem Samstag zu mir nach Hause zu kommen und mein Waschbecken im Bad zu reparieren. Ohne seine Hilfe wäre meine Wohnung sicher überflutet worden! Vielen Dank dafür.

Wie Sie sehen können, werden in diesem Zeugnis eine bestimmte Dienstleistung und ein bestimmter Mitarbeiter genannt und es wird erläutert, wie diese von Nutzen waren. Das wirkt viel authentischer als "Ich arbeite wirklich gerne mit Ihrem Unternehmen zusammen".

Ihr seid die Besten! Beides ist gut, aber das erste Beispiel zeigt einen ganz konkreten Grund, warum Ihr Kunde mit Ihrem Unternehmen zufrieden war. Er sagt potenziellen Kunden, warum sie mit Ihnen arbeiten sollten. Wenn Sie sich von der Konkurrenz abheben wollen, ist es eine gute Möglichkeit, zu zeigen, warum Ihr Unternehmen besser ist als andere.

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Wenn Ihr Unternehmen ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung anbietet, könnte es von dieser Art von Inhalten profitieren. Stellen Sie am besten sicher, dass sich Ihre Erfahrungsberichte auf bestimmte Vorteile beziehen, die durch die Nutzung Ihrer Produkte oder Dienstleistungen erzielt wurden.

Dienstleistungen. Sie sollen Ihr Unternehmen verkaufen und nicht nur erzählen, wie cool Sie sind.

LIVESTREAM VIDEO

Diese Art von Videoinhalten unterscheidet sich von anderen Videos, da sie in der Regel auf ein bestimmtes Ereignis oder einen bestimmten Anlass ausgerichtet sind. Es muss zwar etwas geplant werden, aber in der Regel geht es nur darum, eine Kamera aufzustellen, die aufnimmt, während um sie herum andere Dinge passieren. Sie sollten darauf achten, dass das Live-Streaming Ihrem Publikum einen Mehrwert bietet, aber in der Regel wird erwartet, dass es sich um ein langes Video handelt.

Sie müssen sicherstellen, dass Ihr Video eine gute Qualität hat und Ihre Internetverbindung nicht unterbrochen wird, während das Video ausgestrahlt wird. Am besten nutzen Sie diese Art von Video, indem Sie es streamen und für eine spätere Verwendung aufzeichnen. Sie können das gestreamte Video wiederverwenden und Ausschnitte davon auf Ihrer Website veröffentlichen, nachdem die Veranstaltung vorbei ist. Dieses Video dient zwei Zwecken. Es bringt ein Publikum auf Ihre Website, während das Video live gestreamt wird, und bietet eine Gelegenheit für zusätzliche Seitenaufrufe, wenn Sie sich entscheiden, das Video nach der Veranstaltung zu teilen.

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Wenn Ihre Organisation Workshops, Seminare, Podiumsdiskussionen oder andere Bildungspräsentationen veranstaltet, könnte sie vom Livestreaming dieser Veranstaltungen profitieren. Dies ist eine großartige Möglichkeit für Konferenzen, einen Teil der Teilnehmer zu an Personen, die nicht an der Veranstaltung teilnehmen konnten, um sie zu ermutigen, bei der nächsten Veranstaltung dabei zu sein. Es hilft auch bei der Gewinnung von Rednern und Moderatoren. Wenn sie wissen, dass ihr Vortrag im Internet veröffentlicht werden könnte, sind sie vielleicht eher bereit, kostenlos oder zu einem geringeren Preis an Ihrer Veranstaltung teilzunehmen.

Wenn Sie nicht über das Budget für ein Video verfügen oder sich vor der Kamera nicht wohl fühlen, können Sie einen Podcast erstellen. Dabei handelt es sich um eine reine Audioform von Inhalten, mit denen Sie Ihr Publikum unterrichten, informieren oder unterhalten können. Sie können eine einmalige Veranstaltung oder eine fortlaufende Podcast-Serie erstellen. Was die Länge von Podcasts angeht, so sind sie viel liberaler als Videos. Die Leute neigen dazu, Podcasts wie Radiosendungen zu hören, die mehrere Stunden am Stück laufen können. Sie sollten zwar keine mehrstündigen Podcasts erstellen, aber Sie können sie zwischen 30 und 90 Minuten lang machen.

Je nachdem, wie fesselnd Ihre Diskussion ist, werden sich die Leute gerne einen 90-minütigen Podcast anhören. Das Erstellen von Podcasts ist etwas einfacher als das Erstellen von Videos, aber es erfordert dennoch ein gewisses Maß an Planung und eine Investition in ein hochwertiges Aufnahmesystem. Sie brauchen ein gutes Mikrofon, die Möglichkeit, Audio aufzunehmen, und ein Audibearbeitungsprogramm. Sie können den Podcast auf Ihrem eigenen Webserver hosten oder einen Dienst nutzen. Am besten nutzen Sie einen der Dienste, die es Ihnen ermöglichen, Ihren Podcast zu erstellen einem größeren Publikum zur Verfügung zu stellen und sie gleichzeitig auf Ihrer Website zu präsentieren.

- a) iTunes - <http://www.apple.com/itunes/podcasts/creatorfaq.html>
- b) Spotify - <https://support.spotifyforpodcasters.com/hc/de>
- c) Podbean - <http://www.podbean.com/>
- d) Buzzsprout - <https://www.buzzsprout.com/>

Dies sind nur einige der verfügbaren Tools, die es Ihnen ermöglichen, Ihren Podcast über einen Dienst zu hosten. Sie sollten sich auf jeden Fall etwas Zeit nehmen und recherchieren, um den Dienst zu finden, der Ihren Bedürfnissen am besten entspricht.

WER PROFITIERT VON WAS

Nischenorientierte Unternehmen mit einem speziellen Schwerpunkt würden am meisten von einem Podcast profitieren. Ihr Publikum muss ein starkes Interesse an dem von Ihnen behandelten Thema haben, damit es 30 Minuten oder länger einschalten möchte.

Auch Unternehmen aus den Bereichen Unterhaltung und Popkultur könnten von einem Podcast profitieren.

FALLSTUDIEN

Sie unterscheiden sich ein wenig von Zeugnissen, da sie in einem offizielleren Kontext und Format verfasst sind. Dies ist eine gute Möglichkeit, um zu zeigen, wie Ihr Unternehmen eine Problemlösung von Anfang bis Ende umgesetzt hat. Sie können die verschiedenen Ebenen aufzeigen, die mit dem Betrieb eines Unternehmens und der erfolgreichen Zusammenarbeit mit Kunden einhergehen. Fallstudien sind am besten, wenn sie nicht länger als eine Seite und eine halb so lang. Sie sollten sich kurzfassen und sich auf das Wer, Was, Warum, Wann und Wie

der Situation für Ihre Kunden konzentrieren. Sie wollen Ihren potenziellen Kunden zeigen, was sie erwarten können, wenn sie mit Ihnen zusammenarbeiten.

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Fallstudien eignen sich hervorragend für neue Unternehmen, die sich auf Dienstleistungen konzentrieren. Sie ermöglichen es Ihnen, Ihre Methoden und Arbeitsabläufe zu präsentieren und gleichzeitig Ihr Unternehmen zu vermarkten. Kunden zögern vielleicht, ein neues Unternehmen auszuprobieren, weil sie nicht wissen, ob es die Investition wert ist. Fallstudien können Ihnen helfen, Ihren Wert anhand eines praktischen Beispiels zu demonstrieren.

BENUTZERGENERIERTE INHALTE

Dabei handelt es sich um Inhalte, die Sie Ihren Kunden anbieten, in Ihrem Namen zu erstellen und zu teilen. Dies ist eine großartige Möglichkeit, Ihre Kunden einzubinden und sie zu Marketingvertretern für Ihr Unternehmen zu machen. Sie können sie einladen, Produktdemonstrationen, Bewertungen oder Beiträge darüber zu erstellen, wie sehr sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung lieben. Es kann eine zusätzliche Verwaltungsebene erforderlich sein, um sicherzustellen, dass diese Art von Inhalten Ihre Marke richtig widerspiegelt. In manchen Fällen ist es keine gute Idee, nutzergenerierte Inhalte zu stark zu regulieren, da dies die Nutzer davon abhält, sie zu erstellen. Sie sollten sich wirklich Gedanken über Ihre Zielgruppe machen, bevor Sie diese Art von Inhalten aktiv fördern. Vergewissern Sie sich, dass sie Inhalte erstellen, die Ihre Marke repräsentieren sollen.

Unternehmen, die davon profitieren könnten: Diese Art von Inhalten eignet sich hervorragend für jede Art von Produkt oder für Unternehmen, die viel Wert auf Kundenservice legen. Wenn Sie z. B. ein technisches Produkt haben, könnten Sie Nutzer einladen, Anleitungen oder Produktdemonstrationen zu erstellen. Sie könnten auch von dieser Art von Inhalten profitieren, wenn Sie ein Sportprodukt verkaufen. Wenn Sie Nutzer einladen, Videos zu erstellen, in denen sie zeigen, wie sie Ihr Produkt verwenden, kann das den Verkauf wirklich fördern. Jede Art von Produkt, das eine spezielle Verwendung hat, kann von nutzergenerierten Inhalten profitieren.

Das ist eine umfassende Liste der verschiedenen Arten von Inhalten, die Sie in einer Content-Marketing-Kampagne verwenden können. Es ist jedoch immer eine gute Idee, nach anderen Formen von Inhalten Ausschau zu halten. Was Content Marketing so wertvoll macht, ist die Tatsache, dass es nur durch Ihre eigene Vorstellungskraft begrenzt ist. Solange Sie nicht zulassen, dass Ihre Kreativität Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung überschattet, können Sie so viele Möglichkeiten erkunden, wie Sie wollen.

Obwohl es einige Unternehmen gibt, die am meisten von bestimmten Inhalten profitieren würden, sollten Sie sich nicht einschränken. Wenn Sie eine Form von Inhalten sehen, die Sie für Ihr Unternehmen nutzen möchten, tun Sie es. Wichtig ist, dass Sie sich bei der Erstellung der Inhalte engagieren und die Qualität so hoch wie möglich halten.

Wenn Sie ein neues Unternehmen sind und ein nicht-traditionelles Ereignis wie die Vorstellung eines neuen Produkts oder die Eröffnung eines neuen Büros per Livestream übertragen möchten, sollten Sie dies tun. Solange Sie einen Plan haben, wie der Inhalt Ihrem Unternehmen helfen wird, sollten Sie das tun es. Beim Content Marketing ist Ihr oberstes Ziel, den Umsatz

Ihres Unternehmens zu steigern. Sie haben jedoch die Möglichkeit, kreativ zu sein, um dieses Ziel zu erreichen.

Nachdem Sie nun einen Einblick in die verschiedenen Arten von Inhalten erhalten haben, die Sie erstellen können, müssen Sie dafür sorgen, dass Ihre Inhalte ein klares Ziel haben. Ja, Ihr übergeordnetes Ziel ist es, den Umsatz zu steigern, aber wie Sie das erreichen, muss im Voraus festgelegt werden. Es gibt vier Ziele, aus denen Sie bei der Erstellung von Inhalten wählen sollten.

INHALT, DER UNTERHALTSAM IST

Möchten Sie, dass Ihre Inhalte unterhaltsam sind? Wenn ja, müssen Sie nach einem kreativen Weg suchen, um dieses Ziel zu erreichen. Dies ist die Art von Inhalten, die Sie erstellen, um weitergegeben zu werden. Sie können lustig oder einfach sehr interessant sein. Da es subjektiv sein kann, was als unterhaltsam gilt, sollten Sie sich auf Ihr Konzept festlegen, um sicherzustellen, dass es gut ankommt.

INHALTE, DIE ÜBERZEUGEN

Möchten Sie Ihr Publikum von etwas überzeugen? Wenn Sie Ihre Inhalte zur Überzeugung einsetzen, können Sie sie noch lange nach ihrer Erstellung und Verbreitung für sich arbeiten lassen. Sie sollten darauf achten, dass Ihre überzeugende Botschaft im gesamten Inhalt konsistent ist.

INHALTE, DIE AUFLÄREN

Möchten Sie Ihrem Publikum einen Mehrwert bieten, indem Sie es aufklären? Menschen wissen es oft zu schätzen, wenn Sie sie über etwas aufklären und helfen ihnen, ihren Wissensstand zu einem Thema zu erweitern. Bildungsinhalte können auch dann noch wertvoll sein, wenn sie bereits erstellt und verbreitet wurden. Tun Sie Ihr Bestes, um sicherzustellen, dass die von Ihnen bereitgestellten Bildungsinformationen so zeitlos wie möglich sind. Sie möchten, dass Ihre Inhalte so lange wie möglich genutzt werden können.

INHALTE ZUM VERKAUFEN ODER KONVERTIEREN

Es gibt einige Inhalte, die Sie ausschließlich zu dem Zweck erstellen, potenzielle Kunden in tatsächliche Kunden zu verwandeln. Es ist völlig in Ordnung, Inhalte ausschließlich für diesen Zweck zu verwenden, aber wenn Sie das tun, müssen sie eine klare Aufforderung zum Handeln enthalten.

Obwohl es vier verschiedene Ziele gibt, ist es durchaus möglich, sie bei der Erstellung von Inhalten zu kombinieren. Es ist jedoch wichtig, dass Sie mit den Inhalten einen klaren Zweck verfolgen. Sie wollen keine Inhalte mit einem verworrenen Ziel erstellen. Deshalb ist es wichtig, dass Sie Ihre Inhalte planen, bevor Sie sie erstellen und weitergeben. So können Sie sicherstellen, dass Ihr Ziel klar ist und der Inhalt seine Aufgabe effektiv erfüllt.

Manchmal machen sich Unternehmer so viel Stress mit der Erstellung von Inhalten für das Marketing, dass der Prozess zu mühsam und schwierig wird. Sie müssen nicht jeden Inhalt, den Sie verwenden, selbst erstellen. Es gibt so viele Informationen, dass Sie immer noch einen Mehrwert bieten können, indem Sie sie durchforsten und die nützlichsten Wissensnuggets mit Ihrem Publikum teilen.

Dies wird als Kuratieren von Inhalten bezeichnet. Damit können Sie immer noch Ihr Fachwissen zeigen, denn Sie heben die wertvollsten, genauesten und für Ihre Kunden nützlichsten Informationen hervor. Es ist wichtig, dass Sie bedenken, dass auch das Kuratieren von Inhalten Zeit und Mühe erfordert und genauso viel Zeit in Anspruch nehmen kann wie das Erstellen von Inhalten, wenn Sie neu auf diesem Gebiet sind.

Sowohl das Kuratieren als auch das Erstellen von Inhalten haben ihre Vor- und Nachteile. Beide funktionieren gut und können dazu beitragen, den Umsatz und die Bekanntheit Ihres Unternehmens zu steigern. Es ist jedoch notwendig, die Optionen abzuwägen, bevor man eine Entscheidung trifft.

INHALTE KURATIEREN

Beim Kuratieren von Inhalten geht es darum, von anderen erstellten Medien zu übernehmen und sie mit dem eigenen Publikum zu teilen. Dies kann sehr nützlich sein, wenn es richtig gemacht wird. Das Wichtigste dabei ist, dass Sie den ursprünglichen Urheber der Inhalte, die Sie teilen, angemessen würdigen.

Wenn Sie das nicht tun, plagiiieren Sie den Inhalt und kuratieren ihn nicht. Stellen Sie sich das Kuratieren von Inhalten wie das Sammeln von Informationen für eine wissenschaftliche Arbeit vor. Sie präsentieren die Ideen, die von jemand anderem mitgeteilt wurden, aber Sie geben ihnen durch Fußnoten, Endnoten oder ein Literaturverzeichnis Anerkennung.

PROFIS

- Sie können Ihrem Publikum wertvolle Informationen liefern. Wenn Sie gut kuratierte Inhalte teilen, ist das für Ihr Publikum immer noch sehr nützlich. Sie sind der Experte und wissen, welche Informationen die größte Wirkung haben werden. Sie identifizieren auch die Informationen, die am wichtigsten sind.
- Sie können Geld bei den Erstellungskosten sparen Die kuratierten Inhalte sind bereits erstellt worden. Sie suchen einfach die verfügbaren Informationen und picken sich heraus, was Sie verwenden möchten. Dies kann hilfreich sein, wenn Sie kein Budget für die Erstellung von Inhalten haben.
- Sie können Zeit sparen Die Erstellung von Inhalten kostet Zeit. Wenn Sie kuratierte Inhalte verwenden, sparen Sie die Erstellungszeit und können diese Zeit für etwas anderes nutzen.

- Sie können sich selbst oder Ihr Unternehmen als Vorreiter positionieren. Wenn sich die Menschen darauf verlassen, dass Sie wertvolle Informationen mit ihnen teilen, betrachten sie Sie als Vorreiter. Sie stellen Ihr Fachwissen zur Schau, indem Sie sich einen Namen dafür machen, welche Informationen wichtig sind und gelesen bzw. genutzt werden sollten. Dies kann sehr hilfreich sein, wenn Sie sich als Experte in einer bestimmten Branche positionieren wollen.

Das Kuratieren von Inhalten ist sehr wertvoll, aber ich warne Sie davor, sich zu sehr darauf zu stützen oder sich nicht die Zeit zu nehmen, Inhalte zu finden, die wirklich nützlich sind und die Branding-Bemühungen Ihres Unternehmens unterstützen werden. Es gibt Content-Curation-Spezialisten, die die Vorteile dieser Methode anpreisen, ohne auf die Herausforderungen einzugehen. Stürzen Sie sich nicht in die Content-Curation-Arena, ohne sich die Zeit zu nehmen, alle Seiten des Themas zu betrachten.

NACHTEILE

- Sie können nicht davon ausgehen, dass die Inhalte, die Sie teilen, korrekt sind. Denken Sie daran, dass jeder von Ihnen kuratierte Inhalt Ihre Marke widerspiegelt, sobald Sie ihn teilen. Selbst wenn Sie den ursprünglichen Ersteller des Inhalts nennen (was immer der Fall sein sollte), tragen Sie dennoch die Verantwortung für die Weitergabe der Informationen. Wenn sich einer Ihrer Kunden beschwert oder einen Fehler in den von Ihnen geteilten Inhalten findet, müssen Sie dafür geradestehen. Sie müssen sich dessen bewusst sein und sicherstellen, dass Sie von der Richtigkeit der Informationen, die Sie weitergeben, überzeugt sind.
- Es braucht Zeit, Inhalte gut zu kuratieren. Auch wenn das Kuratieren von Inhalten nicht so viel Zeit in Anspruch nimmt wie das Erstellen, können Sie es nicht wahllos oder in Eile tun. Sie nutzen diese Inhalte, um Ihre Marke zu fördern und das muss man sich immer vor Augen halten. Das bedeutet, dass Sie sich die Zeit nehmen müssen, um die Inhalte, die Sie weitergeben wollen, wirklich zu recherchieren. Auch wenn Sie sie nicht selbst erstellt haben, sollten Sie sie mit dem gleichen Vertrauen weitergeben können.
- Sie bieten demjenigen, der den Inhalt erstellt hat, eine Plattform. Indem Sie Inhalte teilen, die von einer anderen Person erstellt wurden, bieten Sie dieser Person oder Organisation effektiv eine Plattform. Das kann für Sie von Vorteil sein, aber es kann auch dazu führen, dass Ihre Kunden zu einem anderen Unternehmen wechseln, bei dem es sich um einen potenziellen Konkurrenten handeln könnte. Sie müssen die Quelle Ihrer Inhalte sorgfältig auswählen, um sicherzustellen, dass es sich um eine Marke handelt, für die Sie gerne werben, und nicht um einen direkten Konkurrenten.

Das Kuratieren von Inhalten kann sehr wertvoll sein und ist eine gute Möglichkeit, Informationen bereitzustellen, ohne sie selbst erstellen zu müssen. Der Schlüssel zu einer guten Content-Kuration sind Recherche, Moderation und Einsicht.

FORSCHUNG

Es ist unerlässlich, dass Sie die Inhalte, die Sie teilen möchten, vorher recherchieren. Lesen Sie ihn nicht nur durch und treffen Sie Ihre Entscheidung auf dieser Grundlage. Nehmen Sie

sich die Zeit, die angegebenen Quellen zu überprüfen und den Ersteller des Inhalts zu recherchieren. Stellen Sie sicher, dass Sie nicht unwissentlich ein Unternehmen unterstützen, das nicht mit Ihrem Branding übereinstimmt.

MODERATION

Die Menge an kuratierten Inhalten, die Sie teilen, sollte ausgewogen sein. Werden Sie nicht zu einer Content-Curation-Fabrik, die nur dafür bekannt ist, Informationen zu teilen, die von anderen Organisationen erstellt wurden. Wenn Sie das tun, werden Sie eher zu einem Aggregator und weniger zu einem Kurator. Sie sollten nach Möglichkeiten suchen, auch Ihre eigenen Inhalte zu erstellen. Es ist wichtig, dass Sie Ihre eigene Stimme erheben, während Sie die Erkenntnisse anderer teilen.

EINSICHT

Wenn Sie Inhalte kuratieren und teilen, müssen Sie auch Ihre eigene Perspektive einbringen. Es ist nie eine gute Idee, einfach nur einen Link zu einem Inhalt zu teilen. Fügen Sie Ihre Gedanken über den Inhalt hinzu und warum Sie ihn teilen. Damit zeigen Sie, dass Sie sich die Zeit genommen haben, die Informationen, die Sie teilen, wirklich zu lesen und zu verarbeiten. Auf diese Weise können Sie auch Ihre eigene Stimme einbringen und gleichzeitig zeigen, warum dieser Inhalt Ihre Marke unterstützt.

Wenn Sie kuratierte Inhalte in Ihre Content-Marketing-Strategie einbeziehen, müssen Sie sie als Erweiterung Ihrer Marke behandeln, genauso wie Sie es mit Inhalten tun würden, die Sie selbst erstellt haben. Das scheint der einfachere Weg zu sein, wenn man die Vor- und Nachteile des Kuratierens von Inhalten bedenkt. Allerdings gibt es auch bei der Erstellung von Inhalten Vor- und Nachteile.

INHALTE ERSTELLEN

Wenn Sie Inhalte weitergeben wollen, möchten Sie diese vielleicht lieber selbst erstellen. Das ist definitiv ein gangbarer Weg, aber es gibt einige Überlegungen, die Sie anstellen müssen, bevor Sie weitermachen.

PROFIS

- Sie haben die Kontrolle über den Inhalt. Wenn Sie Ihre eigenen Inhalte erstellen, haben Sie die kreative Kontrolle darüber, wie sie aussehen und wie die Informationen vermittelt werden. Dadurch wird sichergestellt, dass das fertige Produkt genau Ihren Vorstellungen entspricht und Ihre Marke angemessen widerspiegelt.
- Sie sind die Quelle, und der Inhalt wird Ihr Wissen und Ihren Einblick am besten widerspiegeln. Wenn Sie Ihre eigenen Inhalte erstellen, wissen Sie, dass sie Ihren eigenen Wissens- und Erfahrungsstand widerspiegeln. Sie können selbstbewusst darüber sprechen, wenn Sie gefragt werden. Sie können es auch problemlos verteidigen, wenn jemand Fragen dazu hat.

Alle von Ihnen erstellten Inhalte gehören ausschließlich Ihnen und Ihrem Unternehmen. Sie können sie nach eigenem Gutdünken weiterverwenden. Sie müssen nicht um Erlaubnis bitten oder jemand andere Anerkennung zollen. Wenn ein von Ihnen erstellter Inhalt viral geht, können Sie die volle Anerkennung dafür erhalten und alle Vorteile daraus ziehen.

Sie können Ihre Inhalte speziell auf Ihr Publikum zuschneiden. Wenn Sie Inhalte kuratieren, haben Sie nicht die Möglichkeit, sie auf Ihr spezielles Publikum zuzuschneiden. Sie müssen sie so darstellen, wie sie sind. Wenn Sie Ihre eigenen Inhalte erstellen, haben Sie die Flexibilität, sie so zu gestalten, dass sie Ihre Zielgruppe am besten ansprechen.

Dies ist wichtig, da Sie möglicherweise mehrere Zielgruppen haben und Ihre Botschaft entsprechend anpassen müssen.

Die Erstellung eigener Inhalte hat einige große Vorteile, weshalb so viele Unternehmen dies tun. Aber es gibt auch einige Nachteile, die man bedenken und abwägen muss, bevor man mit der Erstellung eigener Inhalte beginnt.

NACHTEILE

- Die Erstellung von Inhalten kann sehr zeitaufwändig sein Wenn Sie Inhalte erstellen und weitergeben wollen, die Ihr Unternehmen widerspiegeln, sollten Sie bereit sein, sich die Zeit zu nehmen, um dies auf die bestmögliche Weise zu tun. Das bedeutet, dass Sie sich viel Zeit nehmen können, um sicherzustellen, dass Ihre Inhalte so aussehen, wie Sie es wünschen, und Ihre Botschaft so vermitteln, dass sie Ihre Marke am besten unterstützen.
- Die Erstellung von Inhalten kann Geld kosten Je nach Art der Inhalte, die Sie erstellen möchten, kann es sein, dass Sie eine finanzielle Investition tätigen müssen, um es gut zu machen. Da die von Ihnen erstellten Inhalte ein direktes Spiegelbild Ihrer Marke sind, sollten Sie nicht an der Qualität sparen. Manchmal kostet diese Qualität Geld.
- Wenn Sie einmal einen Inhalt erstellt haben, fühlen Sie sich vielleicht unter Druck gesetzt, ihn immer wieder zu erstellen. Einige Formen von Inhalten verleihen eignen sich sehr gut als einmalige Kreationen, die Sie konsequent nutzen können.
- Andere Formen von Inhalten können Sie in die Lage versetzen, mehr zu erstellen, wenn Sie es erst einmal geschafft haben. Dies kann zu einer zusätzlichen Erwartungshaltung führen, die zu den anderen Erwartungen, die Sie erfüllen wollen, hinzukommt.
- Ihr Inhalt kann nur einen Aspekt Ihres Unternehmens widerspiegeln Die meisten Unternehmen sind facettenreich, mit verschiedenen Ebenen und Einblicken, die eine Marke ausmachen. Wirksame Inhalte sollten sich auf einen einzigen Aspekt Ihrer Marke konzentrieren, d. h. Sie müssen einen Aspekt Ihrer Marke auswählen, den Sie damit hervorheben. Dies bedeutet, dass Ihre Inhalte den Eindruck erwecken können, dass Ihre Marke einseitig ist.

Die Erstellung von Inhalten ist ein sehr wichtiger Bestandteil einer starken Content-Marketing-Strategie. Die Schlüssel zur Erstellung guter Inhalte sind Vorbereitung, Authentizität und konservatives Denken.

VORBEREITUNG

Der beste Weg, unnötige Kosten zu vermeiden, ist die Vorbereitung, bevor Sie mit der Erstellung von Inhalten beginnen. Es ist notwendig, den Gesamtumfang und die Vision Ihres Inhalts zu bestimmen, um zu sehen, wo Sie möglicherweise auf Kosten oder Hindernisse. In diesen Fällen kann es am besten sein, eine andere Art von Inhalten zu erstellen, die denselben Zweck erfüllen, aber weniger Zeit, Geld oder beides erfordern.

AUTHENTIZITÄT

Der Sinn der Erstellung von Inhalten besteht darin, Ihr Wissen und Ihre Stimme mit Ihrem Publikum zu teilen. Sie müssen dies authentisch tun, damit es nützlich ist. Sie wollen nicht, dass Ihre Inhalte zu verkaufsorientiert oder unaufrichtig wirken. Finden Sie Ihre authentische Stimme, bevor Sie mit der Erstellung von Inhalten beginnen, und sorgen Sie dafür, dass sie sich wie ein roter Faden durch alle Ihre Marketingstrategien zieht.

KONSERVATIV DENKEN

Manche Unternehmer geben viel Zeit und Geld für die Erstellung von Inhalten aus, weil ihre Ideen wirklich hochtrabend sind. Manchmal sind Raketen und Regenbögen der einzig richtige Weg, aber manchmal kann man sie auch etwas zurückschrauben, um die Botschaft trotzdem zu vermitteln. Wenn Sie ein großer Denker sind, ist es oft wichtig, Ihre Idee mit einem eher konservativen Denker zu besprechen, um zu sehen, ob es Möglichkeiten gibt, Ihre Idee realistischer zu gestalten. Das bedeutet nicht, dass Sie Ihre Inhalte weniger effektiv gestalten müssen, aber Sie sollten offen dafür sein, sie weniger auffällig zu gestalten. Die Menschen sind zwar von Schnickschnack beeindruckt, aber sie wollen einen Mehrwert.

Konzentrieren Sie sich darauf, Mehrwert zu bieten.

Bei der Erstellung einer Content-Marketing-Kampagne ist es wichtig, alle Optionen in Betracht zu ziehen, und dazu gehört auch, wie Sie Ihre Inhalte beschaffen. Wie bei jedem anderen Element des Geschäftslebens gibt es Vor- und Nachteile bei der Entscheidung, ob Sie Inhalte kuratieren oder selbst erstellen wollen. Am besten ist es, sich zu informieren und dann eine fundierte Entscheidung zu treffen.

Letztendlich müssen Sie selbst entscheiden, was am besten funktioniert. Eine Mischung aus kuratierten und selbst erstellten Inhalten kann am vorteilhaftesten sein. So können Sie von beidem profitieren, ohne sich um den Druck zu kümmern, der mit der richtigen Pflege von beidem einhergeht. Dies ist ein weiterer Grund, warum Sie sich die Zeit nehmen sollten, Ihre Content-Marketing-Strategie zu planen und vorzubereiten.

Sie können sich hinsetzen und einen Plan erstellen, wie Sie Ihre Inhalte einführen und umsetzen wollen. Sie können entscheiden, welche Mischung aus kuratierten und selbst

erstellten Inhalten am besten geeignet ist und wie Sie diese am effektivsten verbreiten. Vielleicht möchten Sie mit mehr kuratierten Inhalten beginnen, bis Sie die Zeit haben, selbst gute, solide Inhalte zu erstellen.

Wenn Sie sich die Zeit nehmen, die verschiedenen Arten von Inhalten zu recherchieren und zu lesen, erhalten Sie nicht nur Informationen, die Sie weitergeben können, sondern erfahren auch, welche verschiedenen Arten von Inhalten bereits existieren. So können Sie sich inspirieren lassen, welche Arten von Inhalten Sie erstellen können, und Sie können sehen, was funktioniert und was nicht. Diese Planung nimmt zwar anfangs Zeit in Anspruch, spart aber auf lange Sicht Zeit.

Einer der Gründe, warum Unternehmer viel Zeit auf Inhalte verwenden und Gefahr laufen, überfordert zu sein oder von den Vorteilen nicht überzeugt zu sein, liegt darin, dass sie sich mit beiden Beinen in die Materie stürzen, ohne sich im Voraus vorzubereiten. Tun Sie das nicht. Selbst wenn Sie glauben, dass Sie keine Zeit haben, sich auf die Ausarbeitung einer neuen Strategie zu konzentrieren, lohnt es sich, wenn Sie sich die Zeit nehmen.

Sie werden viel mehr Nutzen aus dem Content Marketing ziehen, wenn Sie sich entsprechend vorbereiten.

Vielleicht fragen Sie sich, wie Content Marketing Ihr Ergebnis direkt unterstützen kann. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, aber in diesem Kapitel geht es speziell darum, wie Sie es nutzen können, um Leads zu gewinnen. Ja, es ist durchaus möglich, eine beliebige Form von Inhalten zu verwenden, um eine Liste von Leads zu generieren.

Dies ist eine der Möglichkeiten des Content-Marketings. Wenn Sie neu im Content Marketing sind, ist dies eine Möglichkeit, sich an das Marketing zu gewöhnen. Sie haben von Anfang an ein klares Ziel und entwickeln eine Strategie, um dieses Ziel zu unterstützen. So machen Sie es.

Legen Sie fest, wie viele Leads Sie im Laufe dieser Content-Marketing-Kampagne gewinnen möchten und wie lange sie dauern soll.

Es ist wichtig, dass Sie mit einem Ziel vor Augen beginnen. Sie sollten wissen, worauf Sie hinarbeiten und wie lange Sie es tun werden.

Manchmal können Unternehmer großartige Ideen einbringen und Kampagnen starten, um das Geschäft zu verbessern, aber wenn es kein klares Endspiel gibt, kann die Idee schließlich ins Stocken geraten und die Kampagne ewig weiterlaufen. Sie brauchen ein klares Ende, das Ihnen eine Frist setzt, auf die Sie hinarbeiten können. Aber keine Sorge. Sie können die Anzahl der Leads ändern, wenn Ihre Forschung dies erfordert, aber Sie können nicht die Länge der Kampagne ändern.

Entscheiden Sie, wie Sie die E-Mails erfassen wollen, um Ihre E-Mail-Liste aufzubauen. Es gibt E-Mail-Marketing-Tools, mit denen Sie Ihre E-Mail-Liste aufbauen können. Bevor Sie Ihre Kampagne starten oder Ihre Inhalte erstellen, müssen Sie wissen, wohin die Informationen gehen sollen.

Versuchen Sie nicht, diesen ganzen Prozess selbst zu erleichtern. Der Versuch, den Überblick über die E-Mails zu behalten, kann überwältigend und mühsam werden. Nutzen Sie die Vorteile der Tools, die es Ihnen leicht machen. Einige von ihnen bieten einen kostenlosen Plan oder eine kostenlose Testversion an, andere kosten eine monatliche Gebühr. Nehmen Sie sich die Zeit, einige Nachforschungen anzustellen, um das Tool auszuwählen, das für Ihr Unternehmen am besten geeignet ist. Hier sind einige der beliebtesten Tools, die Ihnen den Einstieg erleichtern:

- a) Aweber - <http://aweber.com>
- b) MailChimp - <http://mailchimp.com>
- c) GetResponse - <http://getresponse.com>
- d) constantcontact - <http://constantcontact.com>
- e) Rapidmail - <https://www.rapidmail.de/>
- f) Cleverreach - <https://www.cleverreach.com/de/>

Dies sind einige, die Sie sich ansehen können, um eine Vorstellung davon zu bekommen, wie sie funktionieren. Alle diese Quellen helfen Ihnen, E-Mails zu sammeln, Ihre E-Mail-Liste zu verwalten und mit Ihrer Liste zu kommunizieren.

Wenn Sie sich nicht sicher sind, welches Programm Sie wählen sollen, sprechen Sie mit anderen Unternehmern in Ihrer Branche, um herauszufinden, welches Programm für sie funktioniert. Treffen Sie Ihre endgültige Entscheidung nicht nur aufgrund des Preises. Nehmen Sie sich etwas Zeit und vergewissern Sie sich, dass die Software über die spezifischen Funktionen verfügt, die Sie zur Unterstützung Ihres Unternehmens benötigen.

RICHTEN SIE IHR E-MAIL-MARKETING-TOOL EIN

Stürzen Sie sich nicht in diesen Prozess, ohne vorher Ihren E-Mail-Marketing-Trichter einzurichten. Dies ist der Vorteil eines Tools gegenüber dem Versuch, es selbst zu tun. Die meisten Tools haben den Prozess für Sie eingerichtet. Alles, was Sie tun müssen, ist es die Nachrichten zu erstellen, die Sie Ihren Kunden senden möchten, wenn sie Ihren Verkaufstrichter betreten.

Nutzen Sie die Tutorials und andere Anleitungen, die Ihnen zeigen, wie Sie das Tool am besten nutzen können. Machen Sie sich mit der Funktionsweise des Tools vertraut. Machen Sie sich auch damit vertraut, wie es mit der Verteilung von Dateien per E-Mail umgeht. Wenn Sie diese Informationen nicht auf der Website finden können, senden Sie eine Nachricht an den Kundendienst. Dies wird sich im weiteren Verlauf des Prozesses als nützlich erweisen, also prüfen Sie dies jetzt.

Erstellen Sie einen Inhalt, den Sie bereit sind, kostenlos zu verschenken. Es ist zwar völlig verständlich, dass Sie von jedem von Ihnen erstellten Inhalt profitieren möchten, aber es ist nicht immer eine gute Idee, dafür Geld zu verlangen. Manchmal kann ein wertvoller Inhalt dazu verwendet werden, Ihren Verkaufstrichter aufzubauen, was sich später in Einnahmen niederschlägt. Es muss sich nicht um einen umfangreichen Inhalt handeln, dessen Erstellung viel Zeit in Anspruch nimmt. Solange er einen hohen Wert hat, wird er von Ihrem Publikum gut aufgenommen. Hier sind einige Arten von Inhalten, die Sie verschenken können.

E-BOOK ALS ATTRAKTIVE KOSTENLOSE ZUGABE

Ein kurzes, aber informatives E-Book ist ein großartiger Inhalt zum Verschenken. Es sollte nicht mehr als 25 Seiten und nicht weniger als 10 Seiten lang sein. Sie möchten, dass es einen hohen wahrgenommenen Wert hat, und wenn es zu kurz ist, ist dieser Wert nicht gegeben. Wenn sie zu lang ist, werden Sie weniger geneigt sein, sie zu verschenken, da Sie viel Zeit und Mühe in die Erstellung investiert haben. Halten Sie ihn relativ kurz, aber informativ, ohne zu viele Informationen preiszugeben.

COUPON

Sie könnten einen Gutschein für einen Rabatt auf alle Produkte und Dienstleistungen anbieten, die Sie verkaufen. Es muss ein Gutschein sein, der einen hohen Wert hat, also nicht nur 10 % Rabatt auf das billigste Produkt oder die billigste Dienstleistung. Die Leute müssen den Coupon haben wollen und bereit sein, im Gegenzug einige Informationen zu geben.

KOSTENLOSES PRODUKT

Wenn Sie ein Produkt haben, das Sie leicht in großen Mengen verschenken können, ist das eine großartige Sache, um es kostenlos zu verschenken. Ja, ein E-Book ist eine Art von Produkt, aber vielleicht haben Sie auch andere, die Sie leicht verwenden können.

KOSTENLOSE BERATUNGSGESPRÄCHE

Wenn Sie Beratungsdienste anbieten, könnten Sie eine kostenlose Sitzung als Gegenleistung für den Beitritt zu Ihrer E-Mail-Liste anbieten. Suchen Sie nach Möglichkeiten, die Sitzung überschaubar zu halten. Sie können sie elektronisch durchführen und anbieten, bestimmte Fragen zu beantworten, oder Sie können eine kurze Sitzung abhalten. Das Wichtigste ist, dass Sie mit der kostenlosen Sitzung nicht zu viel von Ihrer Zeit opfern, so dass sie zu einer Belastung wird.

Es geht darum, dass Sie sich dafür nicht verschulden oder in einen Zustand des Kampfes versetzen. Sie sollten jedoch auf jeden Fall etwas haben, das Sie den Leuten im Austausch für die Weitergabe ihrer E-Mail-Adresse geben können. Außerdem sollten Sie etwas anbieten, das sie interessant finden. Wenn der Inhalt von ausreichendem Wert ist, werden Sie Menschen finden, die wirklich daran interessiert sind, was Ihr Unternehmen zu bieten hat.

MACHEN SIE IHRE INHALTE VERFÜGBAR

Nun müssen Sie den kostenlosen Inhalt, den Sie haben, bewerben. Sie sollten auf Ihrer Website ein Anmeldeformular einrichten, in das die Besucher ihre E-Mail-Adresse eingeben müssen, um Zugang zum Werbegeschenk zu erhalten. Dieses Formular sollte an prominenter Stelle auf Ihrer Website erscheinen und eine klare Handlungsaufforderung enthalten, die die Besucher auffordert, ihre E-Mail-Adressen weiterzugeben. Sie müssen auch in anderen Netzwerken Werbung machen. Dies ist ein guter Zeitpunkt, um Werbung in den sozialen Medien zu schalten. Sie können entweder eine Werbekampagne über Facebook oder Google Ads erstellen. Der Zweck der Kampagne ist es, die Leute über das Werbegeschenk zu informieren.

Sie müssen etwas tun, damit Ihr Sonderangebot leicht entdeckt werden kann. Wenn Sie bereits in den sozialen Medien vertreten sind, nutzen Sie dieses Profil oder diese Seite, um Ihr Angebot ebenfalls zu veröffentlichen. Sobald Sie Ihr Sonderangebot zur Verfügung gestellt haben, können Sie damit beginnen, die Anzahl der erhaltenen E-Mail-Adressen zu verfolgen. Da diese Kampagne ein klares Enddatum haben sollte, können Sie die Uhr starten, sobald Sie Ihr Angebot der Öffentlichkeit zugänglich gemacht haben. So haben Sie einen konzentrierten Zeitraum, in dem Sie Ihre Kampagne laufen lassen und die Ergebnisse messen können.

Planen Sie mindestens drei Monate ein. Wenn es sich um Ihre erste Content-Marketing-Kampagne handelt, geben Ihnen drei Monate Zeit, um zu sehen, wie die Dinge laufen, ohne dass Sie sich für einen längeren Zeitraum verpflichten. So können Sie beurteilen, was funktioniert hat und was nicht. Außerdem erhalten Sie einen guten Einblick in Ihre Fähigkeit, eine Kampagne durchzuführen, wenn Sie es tatsächlich tun.

Wenn Sie in der Vergangenheit bereits eine Kampagne durchgeführt haben und mit ihnen vertraut sind, können Sie sie länger als drei Monate laufen lassen, aber sie sollte insgesamt nicht länger als sechs Monate dauern. Sie wollen nicht, dass Ihre Kampagne so lange läuft, dass sie praktisch nie zu Ende ist. Sie brauchen Zeit, um zu sehen, wie gut sie funktioniert, damit Sie gegebenenfalls Anpassungen vornehmen können. Am besten halten Sie sich an den Zeitrahmen von drei Monaten und führen die Kampagne mehrmals durch, wobei Sie im Laufe der Zeit Anpassungen vornehmen.

Während Sie die E-Mail-Adressen sammeln, sollten Sie einen Plan erstellen, wie Sie diese Leads durch den Verkaufstrichter führen wollen. Sie müssen eine Vorstellung davon haben, wie oft Sie mit ihnen kommunizieren wollen und was Sie ihnen mitteilen werden. Es ist wichtig, dass Sie die E-Mail-Postfächer der Interessenten nicht mit Informationen überschwemmen. Genauso wichtig ist es aber auch, dass Sie nicht verschwinden, sobald Sie die Informationen haben.

Dies sind warme Leads, die Sie als potenzielle Kunden ansprechen können. Stellen Sie sicher, dass Sie die kostenlosen Inhalte sofort zur Verfügung stellen, und erstellen Sie einen Zeitplan dafür, wann und wie oft Sie sie kontaktieren werden. Am besten ist es, wenn Ihre gesamte Kommunikation keine Verkaufsaufforderung ist. Auf die gleiche Weise, wie Sie ihr Interesse geweckt haben, können Sie sie auch in Ihrem Verkaufstrichter halten.

Wenn Sie einen Mehrwert bieten und gleichzeitig um den Verkauf bitten, werden sich die Leute nicht automatisch von Ihrer E-Mail-Liste abmelden. Sie können diese Form des Content Marketing nutzen, um Ihren Verkaufstrichter konsequent auszubauen. Sie können diese Form des Content-Marketings auch dazu nutzen, um sich mit dem Content-Marketing insgesamt vertraut zu machen. Sobald Sie es ein paar Mal gemacht haben, können Sie Ihre Nutzung von Inhalten ausweiten.

Soziale Medien und Content Marketing können sehr gut zusammenarbeiten, insbesondere für Kleinunternehmer und Unternehmer mit begrenzten Ressourcen. Sobald Sie einen Inhalt erstellt haben, den Sie für das Marketing nutzen möchten, und eine funktionierende E-Mail-Liste eingerichtet haben, können Sie über soziale Medien nach Leads suchen.

Es gibt vier Social ---Networking-Websites, die alle Geschäftsinhaber kennen sollten. Sie sollten zwar nicht versuchen, auf allen ein Profil zu unterhalten, aber Sie sollten wissen, dass es sie gibt. Hier ist eine kurze Beschreibung jeder dieser Websites zur Auffrischung.

FACEBOOK

Dies ist derzeit die größte Social ---Networking-Website der Welt. Es wird gesagt, dass sie über eine Milliarde Nutzer hat. Manche Leute würden sogar sagen, dass die Zahl der Facebook-Nutzer der Größe eines Landes entspricht. Die eine Milliarde Nutzer sind aus verschiedenen Gründen auf der Website, vor allem aber aus sozialen Gründen. Die Menschen nutzen Facebook, um mit Freunden, Familienmitgliedern, Klassenkameraden, Geschäftspartnern und anderen Personen, mit denen sie in Kontakt treten möchten, in Verbindung zu bleiben.

Da Facebook von so vielen Menschen genutzt wird, ist es für Unternehmen sehr wertvoll. Es gibt etwa 15 Millionen Unternehmen, die Facebook als Marketing- und Gemeinschaftsbildungsinstrument nutzen.

Einer der Gründe, warum diese Zahl so hoch ist, ist, dass ein Facebook-Konto kostenlos ist, egal ob Sie ein Unternehmen oder eine Privatperson sind. Ein weiterer Grund für diese hohe Zahl ist, dass man über Facebook direkten Zugang zu vielen Menschen an einem zentralen Ort hat.

Facebook bietet nicht nur eine kostenlose Option, um Ihr Publikum zu erreichen, sondern auch einen kostenpflichtigen Dienst namens Facebook Ads. Damit können Sie auf Facebook Anzeigen schalten, die auf eine ganz bestimmte Zielgruppe ausgerichtet sind. Sie können dies auch mit einem beliebigen Budget tun. Sie wählen die Schlüsselwörter, die Zielgruppe und die Region aus, auf die Sie abzielen möchten, legen das Budget fest und starten Ihre Kampagne.

Sie zahlen einen bestimmten Betrag für jede Person, die auf Ihre Anzeige klickt. Sobald Ihr Budget erschöpft ist, wird Ihre Anzeige nicht mehr geschaltet. Dann können Sie die Statistiken einsehen und sehen, wie effektiv Ihre Anzeige bei der Gewinnung von Leads war.

Mit diesen beiden verschiedenen Möglichkeiten, mit der Facebook-Gemeinschaft in Kontakt zu treten und zu interagieren, ist es nur logisch, dass etwa 15 Millionen Unternehmen auf der Website vertreten sind.

X (TWITTER)

Dies ist eine der größten Social ---Networking-Websites mit Schwerpunkt auf Micro-Blogging. X(Twitter)-Nutzer kommunizieren über kurze 140-ZeichenBeiträge.

Es gibt etwa eine halbe Million Nutzer auf Twitter und über vier Millionen Unternehmen auf Twitter. Für Unternehmen ist es kostenlos, ein Profil zu erstellen und mit der Nutzung von Twitter zu beginnen. Viele Unternehmen nutzen Twitter, um mit ihrem Publikum zu kommunizieren. Einige nutzen es für Werbegeschenke und Sonderangebote, während andere es als Kundendienst-Tool verwenden.

Twitter ist für Unternehmen von großem Nutzen, weil es ihnen ermöglicht, mit ihrem Publikum zu kommunizieren. Außerdem können sie sich in die Gespräche einschalten und erfahren, was die Menschen wirklich wollen.

Einige Marken haben sehr kreative Wege gefunden, um ihre Twitter-Community zu nutzen und daraus einen großen Nutzen zu ziehen.

Zusätzlich zu dem kostenlosen Profil, das jedes Unternehmen erstellen kann, bietet Twitter eine neue Werbefunktion. Sie können entweder für Ihr eigenes Twitter-Konto oder für bestimmte Tweets werben. Das funktioniert auf zwei verschiedene Arten.

FOLLOWER

Wenn Sie insgesamt mehr Twitter-Follower bekommen möchten, erstellen Sie eine Kampagne, um Ihr Konto zu bewerben. Sie wählen Ihr Budget und zahlen nur, wenn Ihnen jemand folgt. Sobald Ihr Budget ausgeschöpft ist, wird Ihre Kampagne eingestellt.

TWEETS

Wenn Sie einen bestimmten Tweet hervorheben möchten, erstellen Sie eine Kampagne, um diesen Tweet zu bewerben. Sie wählen Ihr Budget und zahlen, wenn jemand mit Ihrem Tweet in irgendeiner Weise interagiert. Das bedeutet, dass Sie jedes Mal, wenn jemand Ihren Tweet retweetet, favorisiert oder darauf antwortet werden berechnet. Sobald Ihr Budget erschöpft ist, wird Ihr Tweet nicht mehr beworben.

Twitter ist eine sehr aktive Gemeinschaft und die neue Werbeoption macht es für Unternehmen sehr wertvoll, ein großes Publikum auf einmal zu erreichen. Sie ist sogar noch wertvoller, weil Sie erst dann zahlen, wenn Ihr Tweet irgendeine Art von Interaktion oder Reaktion hervorruft.

LINKEDIN

Mit über 250 Millionen Nutzern ist LinkedIn eine Social-Media-Community mit einem starken Business-to-Business-Publikum. Sie wird vor allem von Unternehmen als Rekrutierungsinstrument und von Personen, die nach Stellenangeboten suchen, genutzt. Das Format des Profils ist wie ein interaktiver Lebenslauf, und die Gruppen sind alle auf eine bestimmte Art der beruflichen Entwicklung ausgerichtet. Personen können nur Verbindungen

von anderen anfordern, mit denen sie in irgendeiner Weise in Beziehung stehen oder an die sie von jemand anderem verwiesen wurden.

LinkedIn ist das wichtigste soziale Mediennetzwerk für Unternehmen. Die Einrichtung einer Seite ist für Unternehmen kostenlos, solange die Person, die sie einrichtet, auch ein persönliches Profil erstellt. Es gibt verschiedene Sicherheitsvorkehrungen, die sicherstellen, dass LinkedIn ein wertvolles Netzwerk für die Geschäftswelt bleibt. Bei LinkedIn liegt der Schwerpunkt auf der Vernetzung, weshalb die Nutzer nicht wahllos Anfragen an andere senden können. Außerdem gibt es verschiedene Communities, in denen sich Personen mit ähnlichen beruflichen Interessen zusammenfinden können.

Diese Sicherheitsvorkehrungen haben sich bisher bewährt, weshalb das Netz von rund drei Millionen Unternehmen genutzt wird. Sie können sich darauf verlassen, dass die Personen, die Ihrem Unternehmen folgen, dies tun, weil sie sich speziell für Ihr Unternehmen interessieren. Als geschäftlicher Nutzer können Sie Informationen über Ihr Unternehmen, einschließlich der Website, weitergeben. Sie können auch Unternehmens-Updates teilen. Der beste Weg, Ihre LinkedIn-Seite wertvoll zu machen, besteht darin, regelmäßig aktiv Updates und Informationen zu teilen.

Wie bei anderen sozialen Netzwerken gibt es auch bei LinkedIn eine Funktion, mit der Sie gesponserte Updates kaufen können. Sie wählen Ihre Zielgruppe und den Betrag, den Sie zahlen möchten, und legen Ihr Gebot fest. Ihr Beitrag wird für diese Zielgruppe so lange sichtbar sein, bis Ihr Budget erschöpft ist, dann wird Ihr Update nicht mehr angezeigt. Das Gleiche gilt für alle Anzeigen, die Sie schalten möchten. Sie können Anzeigen schalten, unabhängig davon, ob Sie ein Geschäftskonto haben oder nicht, aber wenn Sie Ihre Marke auf LinkedIn etablieren wollen, ist es am besten, eine Unternehmensseite zu erstellen.

PINTEREST

Angefangen hat es als Online-Scrapbooking-Website, aber heute ist Pinterest eine der größten Social-Media-Communities. Sie hat über 70 Millionen Nutzer. Ursprünglich bestand das Publikum auf Pinterest hauptsächlich aus Frauen, die Bilder von Rezepten, Hochzeiten, Mode und anderen frauenorientierten Lifestyle-Bildern teilten.

Seitdem hat sich die Zahl der Nutzer explosionsartig vergrößert, und die Unternehmen begannen, die Vorteile einer Mitgliedschaft in der Pinterest-Gemeinschaft zu erkennen. Die Teilnahme an Pinterest ist für Unternehmen kostenlos und es gibt noch keine offizielle Werbefunktion. Pinterest experimentiert mit beworbenen Pins, aber es gibt derzeit kein definitives Programm.

Mit Pinterest erhalten Sie Zugang zu einer Gemeinschaft von 70 Millionen Nutzern, die gerne mit Bildern und Videos interagieren. Sie können den visuellen Fokus von Pinterest nutzen, um ein Bild zu erstellen, das Ihre Marke unterstützt. Auch wenn Sie auf Pinterest keine Anzeigen schalten können, können Sie Pins teilen, die auf Ihre Website verweisen und die Nutzer zum Kauf anregen. Einige Unternehmen haben mit der Erstellung von Pinnwänden zu einer bestimmten Art von Produkt und der Aufforderung an die Nutzer, sich zum Kauf dieses Produkts durchzuklicken, Erfolg gehabt.

Dies sind zwar vier der beliebtesten Social-Media-Websites, aber es ist nicht notwendig, dass Sie auf allen ein Profil für Ihr Unternehmen erstellen. Vielmehr sollten Sie die Website auswählen, die für Sie am besten geeignet ist, und sich auf diese konzentrieren. Es braucht Zeit, um die Vorteile einer Social-Media-Website wirklich zu nutzen, selbst wenn Sie eine Werbekampagne in Ihre Nutzung einbeziehen.

Viele Unternehmer sind sich jedoch nicht sicher, wie sie am besten von der Nutzung sozialer Medien profitieren können. Hier ist ein Beispiel dafür, wie Sie Facebook nutzen können, um eine Gemeinschaft aufzubauen und Kunden zu gewinnen.

FACEBOOK FÜR VERKAUFSKONTAKTE

Sie müssen ein Facebook-Profil erstellen, bevor Sie etwas Geschäftliches auf Facebook tun können. Sobald Ihr Profil mit einer angemessenen Menge an Informationen eingerichtet ist, können Sie eine Facebook-Seite für Ihr Unternehmen erstellen. Stellen Sie Ihr persönliches Bild auf Ihre Seite und fügen Sie eine Beschreibung mit einem Link zu Ihrer Website hinzu. Jetzt sind Sie bereit, Facebook für den Aufbau Ihres Unternehmens zu nutzen.

Laden Sie Ihre persönlichen Freunde ein, Ihre Facebook-Seite zu mögen. Aus diesem Grund sollten Sie ein aktives Konto haben, bevor Sie eine Seite einrichten. Das hilft Ihnen dabei, Ihre eigenen Freunde für Ihre Seite zu begeistern. Indem Sie Ihr persönliches Foto auf der Seite zeigen, erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Freunde Ihre Seite mögen, weil sie Sie unterstützen.

Peppen Sie Ihre Seite mit Ihrem Firmenlogo und einem interessanten Titelbild auf. Finden Sie ein interessantes Bild, das Ihr Unternehmen repräsentiert. Dies sollte Ihr Titelbild sein. Ändern Sie dann Ihr Hauptbild in Ihr Firmenlogo. Verwenden Sie ein Titelbild, auf dem Sie und Ihr Firmenlogo zu sehen sind. Sie sollten einen Weg finden, um Ihr Gesicht hervorzuheben, damit Ihre Freunde die Seite eher mögen werden. Nehmen Sie diese Änderungen vor, nachdem Sie die ersten Einladungen verschickt haben und einige Ihrer Freunde Ihre Seite geliked haben. Auf diese Weise werden alle Aktualisierungen, die Sie vornehmen, in Ihrem Feed und in dem Ihrer Freunde angezeigt, was Ihnen zusätzliche Aufmerksamkeit verschafft.

Beginnen Sie mit dem Teilen von Beiträgen auf Ihrer Seite. Dies ist ein großartiger Ort, um mit dem Teilen von kuratierten Inhalten zu beginnen. Suchen Sie nach interessanten Artikeln, Videos und Bildern, die Sie mit Ihrer neuen Community teilen können. Halten Sie Ausschau nach Möglichkeiten, sie einzubinden, wo immer es möglich ist.

Erstellen Sie eine Werbekampagne mit Facebook-Werbeanzeigen, um mehr Likes für Ihre Seite zu erhalten.

Erhalten Sie mehr Likes für Ihre Seite, indem Sie eine Werbekampagne mit kleinem Budget durchführen. Geben Sie nicht mehr als 50 Euro für die Kampagne aus. Sie sollten mit dieser Kampagne nicht die Bank sprengen. Sie wollen nur ein paar mehr Follower bekommen. Außerdem ist dies eine gute Möglichkeit, sich mit der Funktionsweise von Facebook-Werbeanzeigen vertraut zu machen.

Binden Sie Ihre wachsende Gemeinschaft weiterhin mit Inhalten ein. Sie sollten immer wieder neue Wege finden, um mit Ihrem Publikum in Kontakt zu treten.

Experimentieren Sie mit verschiedenen Formen von Inhalten und beobachten Sie, wie Ihr Publikum damit umgeht. So erhalten Sie einen guten Einblick in die Arten von Inhalten, die bei Ihrem Publikum am besten ankommen.

Erstellen Sie eine Content-Marketing-Kampagne. Erstellen Sie eine Kampagne, bei der Sie einen Inhalt im Austausch gegen E-Mails verschenken, indem Sie einen E-Mail-Marketingdienst nutzen. Stellen Sie die Kampagne auf Ihrer Website vor und suchen Sie nach Möglichkeiten, sie zu bewerben.

Erstellen Sie eine Werbekampagne auf Facebook, um mehr E-Mails zu Ihrer Liste hinzuzufügen. Sobald Sie die Kampagne erstellt und sie auf Ihrer Website prominent platziert haben, sollten Sie eine Anzeige auf Facebook schalten. Sie können das Budget bescheiden halten und die Anzeige während der Kampagne ein paar Mal schalten.

Laden Sie die Mitglieder Ihrer wachsenden Facebook-Gemeinschaft ein, Ihrer E-Mail-Liste beizutreten. Sie können Ihre Facebook-Gemeinschaft einladen, Ihrer E-Mail-Liste beizutreten und einen kostenlosen Download des von Ihnen erstellten Inhalts zu erhalten.

Sie haben nun offiziell eine Facebook-Marketingkampagne mit Inhalten gestartet und durchgeführt. Wenn Sie Ihr wachsendes Publikum weiterhin ansprechen und gleichzeitig kurze, budgetfreundliche Werbekampagnen durchführen, werden Sie messbare Ergebnisse erzielen. Ja, Sie werden eine gewisse finanzielle Investition tätigen müssen, aber es wird nicht teuer sein und Sie werden eine aktive Präsenz auf der größten sozialen Netzwerk-Website der Welt haben.

Dies ist nur ein Beispiel dafür, wie Sie Facebook in Verbindung mit Ihrer Content-Marketing-Kampagne nutzen können, um mehr Kundenkontakte zu erhalten. Es ist ziemlich einfach, und wenn Sie sich die Zeit nehmen, es im Voraus zu planen, können Sie es einem qualifizierten Assistenten überlassen, damit Sie sich auf andere Aktivitäten zur Geschäftsentwicklung konzentrieren können.

Es ist nicht schwer, von den sozialen Medien zu profitieren. Man muss nur wissen, welche Kanäle man nutzen will, und einen Plan haben, wie man das Beste daraus machen kann. Der Plan ist notwendig, um sicherzustellen, dass Sie den größten Nutzen aus Ihrem sozialen Profil ziehen. Es ist auch notwendig, damit Sie es in Zukunft wieder nutzen können.

Das Besondere an Social-Media-Geschäftsprofilen ist, dass die Menschen ein gewisses Maß an Marketing erwarten, wenn sie Ihrer Community beitreten.

Solange Sie dieses Marketing mit Engagement ausbalancieren und nach Möglichkeiten suchen, so oft wie möglich einen Mehrwert zu bieten, können Sie wirklich von Ihrer Nutzung der sozialen Medien profitieren.

Da haben Sie es. Sie wissen, was es braucht, um eine Content-Marketing-Kampagne zu erstellen und damit Geld zu verdienen. Jetzt haben Sie eine Formel, die Sie immer wieder verwenden können. Bestimmen Sie einfach die Art der Inhalte, die Sie erstellen möchten, fügen Sie sie ein und wiederholen Sie den Vorgang.

Hier ist eine Zusammenfassung der Diskussion:

- Beim Content Marketing geht es darum, durch die Erstellung von Inhalten eine Strategie zur Steigerung des Absatzes und zum Aufbau einer Zielgruppe umzusetzen.
- Auch wenn Content Marketing am häufigsten im Zusammenhang mit Unternehmen diskutiert wird, die viel im digitalen Bereich arbeiten, ist es für jede Art von Unternehmen genauso wertvoll.
- Content Marketing ist kosteneffektiv, ermöglicht Ihnen die Kontrolle über Ihre Botschaft und ermutigt Ihre Kunden, sich weiterzubilden und zu befähigen, neben anderen Vorteilen.
- Es gibt viele verschiedene Arten von Inhalten, die Sie für Ihr Unternehmen erstellen können. Einige von ihnen sind Videos, Cartoons, Fallstudien und Blogbeiträge.
- Die Inhalte, die Sie erstellen, sind nur durch Ihre eigene Kreativität begrenzt. Solange Sie die Vermarktung Ihres Unternehmens als Hauptziel im Auge behalten, können Sie tun, was immer Sie für am wirkungsvollsten halten.
- Wenn Sie Inhalte erstellen, sollten Sie entscheiden, ob sie unterhalten, überzeugen, weiterbilden oder konvertieren sollen. Sobald Sie sich für eines der Ziele entschieden haben, können Sie entscheiden, ob Sie ein anderes Ziel wählen wollen.
- Es ist sehr wichtig, dass das Ziel Ihrer Inhalte klar ist und von Ihrem Publikum leicht verstanden wird.
- Wenn Sie Inhalte als Teil einer Content-Marketing-Kampagne verwenden möchten, sollten Sie entscheiden, ob Sie diese Inhalte kuratieren oder erstellen möchten.
- Der beste Weg, um die Vorteile einer Content-Marketing-Kampagne voll auszuschöpfen, ist eine Kombination aus kuratierten und erstellten Inhalten.
- Content Marketing kann genutzt werden, um warme Leads für Ihren Verkaufstrichter zu gewinnen.
- Soziale Medien und Content Marketing funktionieren sehr gut zusammen.
- Sie können eine starke Social-Media Content Marketing-Kampagne erstellen, um Ihren Verkaufstrichter zu füllen und gleichzeitig eine Community aufzubauen.

Wie Sie an einigen der in diesem Buch behandelten Schritte sehen können, ist es beim Content Marketing wichtig, die Regeln zu verstehen. Sobald man sie verstanden und mindestens einmal geübt hat, kann man sie brechen. Das Wichtigste, was Sie im Auge behalten sollten, ist der Zweck Ihrer Content-Marketing-Kampagne – Das Geld verdienen.

Wenn Sie selbstbewusst sind und sich darüber im Klaren sind, warum Sie eine Content-Marketing-Strategie entwickeln, können Sie das tun, was Sie für Ihre Zielgruppe am besten finden. Das ist das Tolle am Content Marketing. Solange Sie das eigentliche Ziel nicht aus den Augen verlieren, können Sie so kreativ sein, wie Sie können. Am besten nehmen Sie sich jedoch etwas Zeit, um sich mit dem vertraut zu machen, was funktioniert, und gehen dann von dort aus weiter.

Content-Marketing ist ein Instrument, das alle Kleinunternehmer, Unternehmer und Internet-Marketingfachleute nutzen sollten. Wenn Sie kein Marketingbudget haben, ist es wichtig, einen Weg zu finden, Ihr Publikum zu erreichen, ohne die Bank zu sprengen.

Mit einer gut durchdachten Content-Marketing-Kampagne können Sie Inhalte nutzen, um ein Publikum zu begeistern, Abonnenten zu gewinnen und den Umsatz zu steigern.

Sie haben die Regeln, jetzt gehen Sie raus und bauen Ihr Geschäft auf!