

Greven eBUSINESS.DAY

11 Content Marketing Tipps für
kleine und mittlere Unternehmen

21. Oktober 2015

Agenda

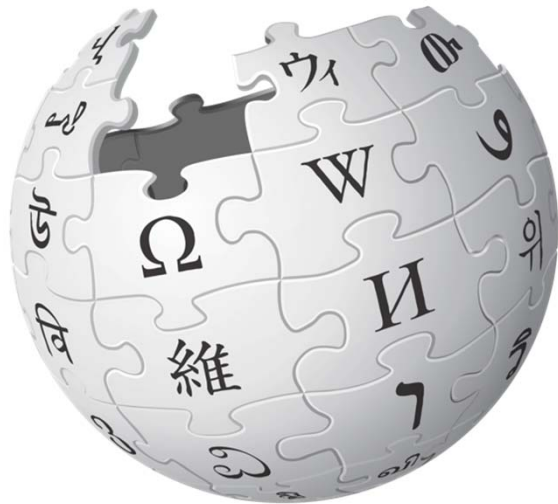
Was Content-Marketing ist

Warum Content-Marketing für kleine und mittlere
Unternehmen wichtig ist

Tipps für die digitale Kundengewinnung mit Content

Zusammenfassung

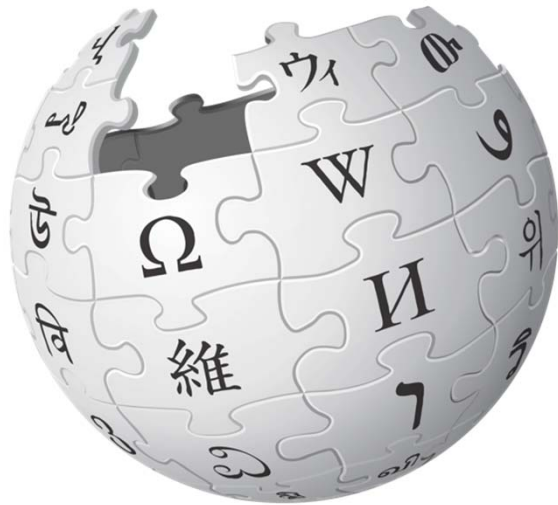
Was Content-Marketing ist



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

„Eine Marketing-Technik, die mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten die Zielgruppe ansprechen soll, um sie vom eigenen Unternehmen und seinem Leistungsangebot oder der eigenen Marke zu überzeugen und sie als Kunden zu gewinnen oder zu halten.“

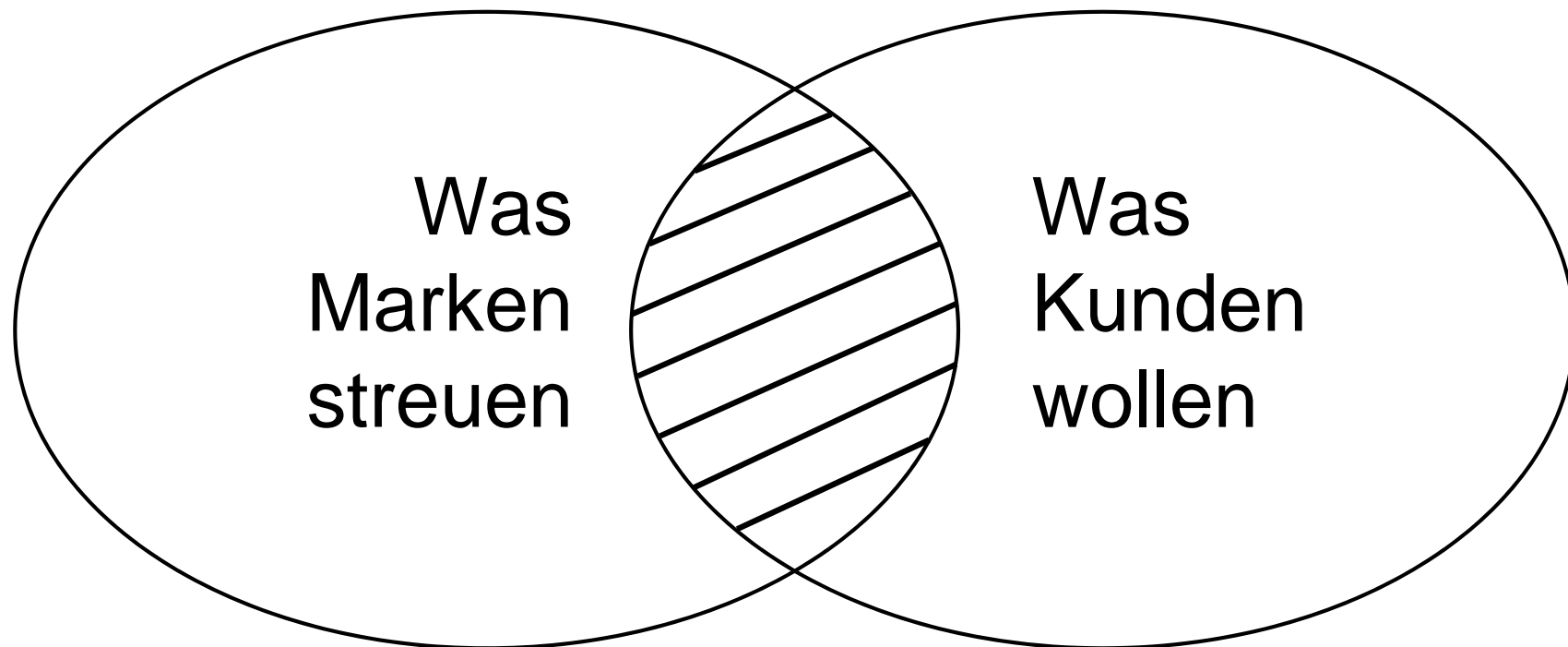
Was Content-Marketing ist



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

„...Im Gegensatz zu werbenden Techniken wie Anzeigen, Bannern oder Werbespots, stellen die Inhalte des Content-Marketings nicht die positive Darstellung des eigenen Unternehmens mit seinen Produkten in den Mittelpunkt, **sondern bieten nützliche Informationen, weiterbringendes Wissen oder Unterhaltung.**“

Was Content-Marketing ist



Unsere Definition:

Content-Marketing ist die **kontinuierliche Publikation** und Verbreitung von Inhalten, die an den **Interessen + Bedürfnissen** der Konsumenten ausgerichtet sind.

Unsere Definition:

Content-Marketing ist die **kontinuierliche Publikation** und Verbreitung von Inhalten, die an den **Interessen + Bedürfnissen** der Konsumenten ausgerichtet sind.

Die gute Qualität der Inhalte hilft Unternehmen dabei, bei der Suche nach Lösungen gerade von Neukunden beim Googeln gefunden zu werden.

**Warum Content-Marketing für kleine und
mittlere Unternehmen wichtig ist**

Unsere Definition:

Content Marketing hilft Kunden, die Sie noch nicht kennen, Sie im Internet zu finden.

Mit Anregungen, Anleitungen oder unterhaltsamen Fakten, schaffen Sie es dazu noch, sich als hilfreich und kompetent zu positionieren.

Unsere Definition:

Content Marketing ist also wichtig, weil es dabei hilft, dass Ihre Produkte oder Dienstleistungen bemerkt werden, wenn Kunden sich fragen, was sie benötigen und bei wem sie am besten aufgehoben sind.

Unsere Definition:

Selbst wenn Sie die meisten Ihrer Kunden über persönliche Kontakte oder Empfehlungen gewinnen:

Die meisten davon gehen heute online, um vorab mehr über Ihr Angebot zu erfahren, bevor sie sich an Sie persönlich wenden.

Tipps für die digitale Kundengewinnung mit Content-Marketing

Tipp # 1

Denken Sie lokal statt global

Das Internet ist zwar ein globales Werkzeug.
Es eignet sich dennoch hervorragend, um im lokalen Umfeld auf sich aufmerksam zu machen.

Denn: Immer mehr Suchanfragen bei Google haben einen lokalen Bezug!

Tipp # 1



Anwalt Köln

Google-Suche

Auf gut Glück!

Tipp # 1

Denken Sie lokal statt global

Zudem gibt es das „eine“ Suchergebnis für eine Suchanfrage gar nicht.

Suchergebnisse sind individuell, weil sie von Ihrem Aufenthaltsort, Ihren bisherigen Suchanfragen und Surfgewohnheiten sowie dem Endgerät abhängig sind, mit dem Sie eine Suche durchführen.

Tipp # 2

Hören Sie Ihren Kunden genau zu

Gerade kleine Unternehmen wissen häufig nicht, welche Inhalte Sie online bieten können.

Den meisten Unternehmen fällt es leicht, die eigenen Produkte oder Dienstleistungen zu beschreiben oder zu bewerben.

Aber das ist nicht das, was Kunden und Interessenten im Internet suchen.

Tipp # 2

Hören Sie Ihren Kunden genau zu

Vielmehr suchen Menschen nach Lösungen und Antworten. Bieten Sie genau diese Informationen!

Beantworten Sie die Fragen, die Ihnen im täglichen Umgang mit Kunden begegnen. Erstellen Sie eine Liste der 10 häufigsten und beantworten Sie diese in Ihrem Blog, in den sozialen Medien oder auf Ihrer Website.

Tipp # 2

Hören Sie Ihren Kunden genau zu

Wenn Sie das regelmäßig tun, werden Sie schnell viele hilfreiche, nützliche Inhalte zur Verfügung stellen können.

So werden Sie für Interessenten und die Suchmaschinen zu einer wichtigen Informationsquelle.

Tipp # 3

Arbeiten Sie einen Redaktionsplan aus

Sie benötigen dafür etwas Organisation und Struktur. Ein Redaktionsplan wird Ihnen dabei helfen.

Denn er unterstützt Sie dabei, die Übersicht zu bewahren, und Ihre Strategie langfristig zu planen.

Sie können einfach mit Excel arbeiten oder spezielle Programme oder CMS-Plugins verwenden.

Tipp # 4

Bleiben Sie kontinuierlich am Ball

Die regelmäßige Veröffentlichung neuer Inhalte (z.B. Texte, Bilder, Videos) bietet Ihnen zwei Vorteile:

Zum einen gewöhnen sich die Nutzer daran, dass Ihre Beiträge in festen Abständen erscheinen.

Zum anderen lernen Sie, was besonders gut ankommt, wenn Sie ein Auge auf die Zugriffszahlen Ihres Contents haben.

Wie man mit Content-Marketing startet

Tipp # 5

Machen Sie Ihren Postausgang zum Content-Fundus

Durchsuchen Sie die von Ihnen versendeten E-Mails und nutzen Sie alle, in denen Sie häufige Fragen von Kunden oder Mitarbeitern überzeugend beantworten.

Tipp # 6

Seien Sie ausführlich und kompakt zugleich

Etliche Tests deuten darauf hin, dass längere Texte in den Suchergebnissen deutlich besser *ranken*, also in der Ergebnisliste weit oben erscheinen.

Offen ist, ob dies tatsächlich auf die Länge der Texte (Quantität) zurückzuführen ist oder doch daran liegt, dass ein Thema inhaltlich besonders gut (Qualität) behandelt wird.

Tipp # 6

Seien Sie ausführlich und kompakt zugleich

Kurze Zusammenfassungen in Kombination mit Zwischenüberschriften, Bildern/Animationen oder kurzen Filmen machen ausführliche Inhalte für mobile Geräte gut darstellbar bzw. für mobile Nutzer „verdaulich“.

Das ist wichtig, weil Smartphones nicht zuletzt bei der lokalen Suche die größte Bedeutung haben.

Tipp # 7

Sammeln Sie Referenzen

Kundenstimmen und Bewertungen kommen an!
Das liegt vor allem an der Perspektive, die eben nicht die des Unternehmens, sondern die des Kunden ist.

Deshalb sollten Sie versuchen, Kunden in Ihrem Webauftritt, in Ihrem Blog, etc. die Möglichkeit geben, sich zu Ihnen/Ihrem Service zu äußern.

Tipp # 7

Sammeln Sie Referenzen

Dabei muss es keinesfalls um Ihre Produkte gehen.

Überlegen Sie mit Ihren Kunden, was erzählenswert ist und wie man die Geschichten umsetzen kann.

Tipp # 8

Nutzen Sie Listen und unterhaltsame Fakten

Wir Deutschen lieben Listen, Daten und Statistiken.

Tun Sie den Nutzern bei Ihrer Suche nach Entscheidungshilfen im Internet den Gefallen und liefern ihnen regelmäßige Fakten, die durchaus unterhaltsam und verspielt sein können.

Tipp # 9

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Inhalte gefunden werden
Sie werden mit den hilfreichsten Inhalten nichts ausgerichten, ohne gefunden werden.

Damit das nicht passiert, müssen Sie sie „ins Schaufenster stellen“. Produzieren Sie Online-Inhalte mit lokalem Bezug. Berichten Sie über Veranstaltungen, erwähnen Sie lokale Referenzen, benennen Sie Bilder mit Ortsangaben und interviewen Sie Persönlichkeiten aus Ihrer Stadt.

Tipp # 9

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Inhalte gefunden werden

Mit einer entsprechenden Suchmaschinenoptimierung haben Sie so die besten Möglichkeiten, bei der lokalen Suche ganz oben mit dabei zu sein.

Tipp # 10

Streuen Sie Ihre Inhalte über soziale Medien

Machen Sie in den von Ihnen genutzten sozialen Netzwerken regelmäßig auf Ihre Inhalte aufmerksam.

Sorgen Sie auf Facebook, Twitter, Xing oder LinkedIn für Reichweite. Das steigert Ihre Sichtbarkeit bei Google und ermöglicht Ihnen sogar herauszufinden, wer sich für Ihr Unternehmen interessiert.

Tipp # 11

**Nutzen Sie all Ihre im Umlauf befindlichen Medien,
um auf Ihre Inhalte zu verweisen**

Sorgen Sie dafür, dass der Link zu Ihrer Website oder zu Ihrem Blog auf Ihrer Visitenkarte, in Ihrem Eintrag in den Gelben Seiten und auf Ihren Flyern steht.

Zusammenfassung

Gleich wie man Content Marketing definiert, ist eines sicher:

Die Erstellung und Verbreitung von nützlichen, informativen, lehrreichen oder auch unterhaltsamen Inhalten ist die derzeit einfachste Möglichkeit, sich und das eigene Unternehmen über die lokale Suche bekannter zu machen.

Bieten Sie den Menschen Lösungen für Ihre Probleme.
Wer im Internet in seiner Umgebung nach einer Lösung für ein Problem sucht, für das Sie mit Ihren Inhalten Lösungsansätze bieten, könnte schon bald in Ihrem Geschäft stehen!

Copyright - is not the right to copy!

Die in dieser Präsentation erarbeiteten Gedanken und kreativen Konzepte sind geistiges Eigentum der counterpart GmbH und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen.

Die vollständige oder auszugsweise Verwendung oder Wiedergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Wir hinterlegen unsere Konzepte im bundesweiten Ideentresor und sichern sie so vor der Verwendung ohne unsere Zustimmung.

Sollten Sie Ideen aus dieser Präsentation nutzen wollen, sprechen Sie uns bitte an:

counterpart GmbH
Spichernhöfe – Kamekestr. 21
50672 Köln