

# CONTENT

Ich bin gesponsert von [www.bildungspartner.eu](http://www.bildungspartner.eu)



Überlegen Sie einmal für sich, welche Möglichkeiten und Chancen sich aus diesem Ansatz für Sie und Ihre Produkte ergeben könnte? Was spricht dafür und was dagegen?

## A) Geschichtlicher Hintergrund

Content Marketing ist keine neue Erfindung. Schon John Deere zeigte 1895 mit seiner Zeitschrift „The Furrow Magazine“, dass es Kunden/innen bringt, wenn er nicht versucht primär Deere-Produkte zu verkaufen, sondern die Landwirte über Technologien und Methoden informiert, die sie dabei unterstützen erfolgreiche Geschäftsleute zu werden. Ein anderes Beispiel aus den 90er Jahren ist LEGO. Die Hersteller begannen

setzten Content Marketing ein, und boten den Kunden/innen nützliche Informationen zum Produkt. Und auch Coca Cola sorgte schon 2012 mit seiner „Content 2020 Strategie“ aufbauend auf Brand-Stories für Aufsehen.

## B) Was ist Content Marketing?

Laut „Content Marketing Institute“ ist dieser Ansatz ein strategischer Marketing-Ansatz, der sich sich auf die Erstellung und Verteilung von wertvollen, relevante und konsistente Inhalte konzentriert um ein klar definiertes Zielpublikum anzusprechen. Vertrauen aufzubauen, zu binden - und letztlich profitable Geschäfte zu machen“

Denken Sie darüber nach, welche Qualität Ihre Zielgruppe wünscht und ob Sie das leisten wollen/können?

# MARKETING

## C) Was sind die Charakteristika

Die Produkte selbst treten bei diesem Marketing Ansatz in den Hintergrund. Bei diesem Ansatz wird davon ausgegangen, dass das, was die Menschen tatsächlich suchen, nicht Produkte, sondern Themen, hilfreiche, originelle, relevante oder nützliche Informationen und vor allem Lösungen versprechen. Die laufende Herstellung und Verbreitung derartiger Informationen ist jeweils auf eine klar definierte Zielgruppe gerichtet und verfolgt das Ziel, ein entsprechend profitables Zielgruppenverhalten auszulösen. HINWEIS: Das Prinzip sich mit Hilfe von Content ein interessiertes Publikum zu schaffen ist nicht auf Online-Aktivitäten beschränkt.

## D) Instrumente und Mittel

Das wichtigste Instrument, das Content Marketing nutzt, ist Inhalte und gezielte Kommunikation. Sie erzeugt mit der Zeit das Image, die Reputation, Autorität, das Markenbewusstsein und Thought-Leadership und stimuliert damit gezielt die Kunden/innenhinwendung und Kaufentscheidung.

# STRATEGIE

Schätzen Sie den Aufwand ein, den Sie benötigen, um mittels Content Marketing an Ihre Kunden/innen heranzutreten?

## E) Strategie

Kurzfristig - also machen wir schnell einmal eine Content-Kampagne - geht bei diesem Ansatz gar nichts! Es braucht vor allem Zeit, Geduld und immer wieder gute und auf die Zielgruppe abetimmte Inhalte. Diese Inhalte gepaart mit Kontinuität führen dann mit der Zeit dazu, dass die Kunden/innen auch von sich aus auf das Unternehmen und seine Produkte zukommen

## F) Warum wirkt das?

Guter Content erreicht viele potentielle Kunden/Innen nicht nur direkt, informiert und löst Probleme, sondern es wird von der Zielgruppe - ganz wichtig - auch nicht als störend empfunden. Genau dieser Umstand erzeugt langfristig das notwendige Interesse und Vertrauen am Unternehmen sowie seinen Produkten und bildet die Grundlage für die schlussendliche Kaufentscheidung.

## FAZIT

Content Marketing bedeutet, mit Hilfe von gezielt für die Zielgruppe ausgewählten bzw. aufbereiteten Inhalten, das Zielpublikum anzusprechen, mit ihm in Kontakt zu treten, diese Kontakte zu pflegen, weiter auszubauen und schlussendlich gezielt für den Absatz zu nützen.



## HINWEIS

Ich bin eine Gesprächsgrundlage und es ist sinnvoll, wenn ich in der Gruppe diskutiert werden