

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	5
Vorwort	7
Nutzung und Angebote der CD-ROM	9
Grundsätzliches	11
Definitionen des Content Marketings	12
Weshalb Content Marketing?	15
Vorteile für Anbieter und Unternehmen	20
Vorteile für Kunden und Content-Nutzer	23
Strategie und Ziele	25
Das A und O: Kommunikationsziel und Zielgruppen	26
Mögliche Content Marketing-Ziele	27
Strategie-Schritte und Prozess	32
Fallbeispiele und Best Practice im Web	42
Kunden und Zielgruppen	47
Mögliche Zielgruppen	48
Beispiel einer Zielgruppensegmentierung	50
Wie gut kennen Sie Ihre Zielgruppen?	52
Customer Journey und Touchpoints	54
BtoB-Content Marketing	59
Besonderheiten des BtoB-Content Marketings	60
Business-to-Business-Zielgruppen	61
Contentformen im BtoB	64
Fallbeispiel: Content Marketing eines Verlages	70
Organisation, Planung und Abläufe	73
Organisation und Management	74
Content Audit	86
Kosten- und Kostenfaktoren	92
Abläufe und Kernaufgaben auf einen Blick	98
Themen und Qualitätskriterien	99
Definition der Themenfelder	100
Qualitätsfaktoren von Inhalten	102
Die Grundvoraussetzungen für hochwertigen Content	111
Quellen für Content-Ideen	125

Contentarten und Content-Nutzungen	131
Content- und Medienformen	132
Videos als Contentform	146
Content Curation	151
Mehrfachverwertung	161
Social Media für das Content Marketing	165
Kanäle und Social Media Plattformen	166
Eignung und Nutzung der Social Media Plattformen	176
Grundsätze und Erfolgsfaktoren zur Nutzung	180
Content-Verteilung und Promotion	189
Content-Verteilung und Reichweite	190
Online Public Relations	197
Fallbeispiel zum Content-Seeding	201
Content Marketing im E-Commerce	205
Oniineshops und Produktpräsentation	212
Suchmaschinen-Optimierung	221
Fallbeispiel: Content Marketing für einen Onlineshop	228
Content- Erfolgskontrolle	233
Content Marketing-Controlling	234
Beispiel eines Kennzahlen-Cockpits	238
Monitoring und Tools	244
Wichtige Erfolgsfaktoren	249
Die Wahl der Erfolgsfaktoren	250
Die Erfolgsfaktoren	250
Don'ts im Content Marketing	259
Texten und recherchieren	265
Merkmale wirksamer Texte	266
Weshalb Headlines wichtig sind	273
Techniken und Strategien des Textens	284
Recherchen im Internet	286
Glossar und Index	293
Glossar	294
Stichwortverzeichnis	303