

Patrick Wagner



Werde König im Content- Marketing

Schritt für Schritt zur eigenen Strategie

Werde König im Content-Marketing

[Vorwort](#)

[Die Grundlagen](#)

[Dein Content](#)

[Kanäle für den Content](#)

[Grundlagen für eine Content Marketing Strategie](#)

[Erstellung des Contents](#)

[Weitere Infos zum Content Marketing](#)

[Abschlusswort](#)

[Impressum](#)

Vorwort

In einer Zeit, in der wir von Informationen überflutet werden, haben es Unternehmen immer schwerer, sich von der Masse abzuheben. Menschen werden immun gegen Werbung. Vor allem sind unangepasste Werbebotschaften ein Problem, das zur Abstumpfung der Rezipienten führt. Die Nutzer und damit die potenziellen Neukunden wollen nützliche Informationen haben. Sie wollen Informationen sammeln, die sie in ihrem Alltag brauchen. Für diese Form der Inhalte sind sie wiederum aufgeschlossener. Genau hier setzt das Prinzip des Content-Marketings an. Das Ziel des Content-Marketings ist schlicht, den potenziellen Kunden die Inhalte zu liefern, die sie brauchen. Das hat das Ziel, dass sie ein Unternehmen oder eine Marke durch den regelmäßigen Konsum von guten Inhalten im Gedächtnis behalten.

„Content is king“, formulierte Bill Gates einst sehr treffend. Wer damit auch guten Content entwickelt, wird König im Content-Marketing. Aus diesem Grund habe ich den Buchtitel treffend „werde König im Content-Marketing“ gewählt. Hierbei geht es ausschließlich darum, dass man die Macht erlangt, über Medieninhalte zu bestimmen und eine erfolgreiche Marketingstrategie aufstellt.

In diesem Buch schauen wir uns Schritt für Schritt die Aspekte an, die für eine gute Content-Marketing-Strategie notwendig sind. Wir beginnen bei den Basics und arbeiten uns bis zu deiner eigenen Content-Marketing-Strategie vor. Ich hoffe, es ist in Ordnung, dass ich für die Leseransprache das formlose „du“ benutze. Schließlich sitzen wir alle im selben Boot: das Boot, das sich Marketing nennt.

Die Grundlagen

Grundlegendes zum Marketing

Bevor wir über Content-Marketing sprechen, möchte ich einen Schritt zurück machen und genauer den Begriff „Marketing“ definieren. Wahrscheinlich hast du schon eine grobe Übersicht, was man genau unter Marketing zu verstehen hat. Schließlich kommen wir sehr oft mit dem Marketingbegriff in Berührung. Wir haben alle eine grobe Vorstellung vom Marketing:

Marketing ist doch Werbung, oder? Marketing ist aber auch eine Anzeige auf Facebook und Marketing ist eine Abteilung in einem Unternehmen.

Zwar stimmen diese Aussagen in gewisser Weise, jedoch limitieren sie unsere Sicht auf den Marketingbegriff immer wieder. Es entsteht der Trugschluss, dass Marketing nur Kommunikation oder gar nur Werbung sei. Tatsächlich ist Marketing aber deutlich mehr.

In dem Wort Marketing haben wir aber bereits den Kern dessen, was genau der Begriff eigentlich bedeutet. Das Wort besteht aus dem englischen Wort „Market“, was selbstverständlich „Markt“ bedeutet. Das wiederum heißt, dass wir, wenn wir Marketing betreiben wollen, auch immer einen Markt brauchen.

In der Volkswirtschaft wird ein Markt als ein Ort bezeichnet, auf dem Anbieter und Nachfrager aufeinandertreffen, um mit Gütern oder Dienstleistungen zu handeln. Diese Betrachtungsweise ist allerdings momentan etwas aus der Mode gekommen. Schließlich ist heute der Markt kein Ort mehr im physischen Sinne. Es ist vielmehr ein eher abstraktes Gebilde, das eine Infrastruktur besitzt, auf der gehandelt wird. Man kann

beispielsweise im Internet Produkte und Dienstleistungen aus dem Ausland beziehen. Wenn man im Internet etwas kauft, kann man nicht mehr von einem „Ort“ im physischen Sinne sprechen. Das hat auch vor allem den Hintergrund, dass der Markt deutlich mehr als nur die Durchführung von einem Kaufprozess, also einer Transaktion, ist. Der Markt ist vielmehr eine gewisse Betrachtungsweise auf die Wirtschaft. Diese Betrachtungsweise bezieht sich insbesondere auf das Verhältnis von den Anbietern und Nachfragern zueinander.

Wer also als Unternehmer auf dem Markt agiert, sollte zwei Betrachtungsweisen einnehmen:

1. Gibt es Nachfrage nach meinem Produkt? Und wer fragt mein Produkt nach?
2. Habe ich Konkurrenz und wer ist meine Konkurrenz?

Bei der Marktbetrachtung können wir vorerst weitere wirtschaftliche Komponenten, wie beispielsweise gesetzliche Entscheidungen, ausblenden. Wichtig ist mir fürs Erste, dass wir den Markt auf die Bereiche Nachfrager (also potenzielle Kunden) und Anbieter (Mitbewerber und das eigene Unternehmen) beschränken.

Das führt mich zum nächsten Punkt bei der Betrachtung des Marketings. Jetzt wo wir wissen, was ein Markt ist, ist die Definition des Begriffes Marketing deutlich leichter. Marketing zieht sich durch den gesamten Wertschöpfungsprozess des Unternehmens. Es ist somit deutlich mehr als die bloße Betrachtung der Kommunikationsprozesse eines Unternehmens.

Klassischerweise wird das Marketing auf vier Ebenen betrachtet. Diese vier Ebenen werden als der Marketing-

Mix bezeichnet. Auch der Begriff 4P ist geläufig. Die klassischen Ebenen des Marketing-Mixes sind:

- **Product**
- **Price**
- **Promotion**
- **Place**

Das Produkt selbst und die Entwicklung des Produktes ist also eine wichtige Ebene. Ebenso spielt die Preisgestaltung und die Gestaltung von Rabatten oder gar Preisaktionen eine Rolle. In dem Bereich Promotion haben wir die Kommunikationsprozesse, die man im Marketing betrachtet. Hierbei handelt es sich aber nicht nur um Werbung, Online-Ads oder Content-Marketing. Auch Public Relations und die Kommunikation der Mitarbeiter spielen hier mit hinein. Mit „Place“ ist der Ort des Verkaufes gemeint. Das kann zum einen ein physisches Geschäft sein, in dem die Waren des Unternehmens angeboten werden. Zum anderen meint diese Ebene aber auch die komplette Vertriebsstruktur. Wenn du deine Dienstleistungen über Internet- oder Telefonvertrieb anbietest und dann verschickst, würden diese Aktivitäten auch in diesen Bereich fallen.

Der klassische Marketing-Mix, der aus den 4P besteht, ist allerdings nur die Grundlage. Man kann den Marketing-Mix noch auf viele Weitere Ebenen im „Erweiterten Marketing-Mix“ ergänzen. Zu den weiteren Ps gehören beispielsweise die folgenden Punkte:

- **Physical Evidence**
- **Processes**
- **People**

Unter Physical Evidence verstehen wir das örtliche Auftreten eines Unternehmens und alles, was man