



THE CONTENT MARKETING WORKBOOK

2020, WIEN

GRATULATION!



**SIE KOMMEN NUN
EINER ERFOLGREICHEN
SOCIAL MEDIA STRATEGIE
EINEN SCHRITT NÄHER.**

Social Media Marketing ist keine Glücksspielle, sondern eine durchdachte, detaillierte Planung von Inhalten und Promotionen. Mithilfe dieses First-Aid Content Marketing Kits bekommen Sie einen Überblick über die bedeutendsten Aspekte einer Content-Planung, egal ob im B2B oder B2C, klein oder groß.

Eine **Social Media Marketing Strategie** beinhaltet folgende Punkte:

- Positionierung
- Beschreibung des Zielpublikums (Kundenporträt)
- Tone of Voice
- Visuelle Anforderungen (Farben, Formen, Beispiele)
- Stop-Wörter (Wörter, die in der Kommunikation nicht verwendet werden)
- Content-Plan inkl. Rubrikaufteilung
- Vorlage-Rückmeldungen (z.B. für automatisierte Rückmeldungen beim Facebook/Instagram)
- Hashtags

DESTO WICHTIGER IST ES, GUTEN, KUNDENORIENTIERTEN CONTENT ZU PRODUZIEREN. EIN DURCHDACHTER CONTENT-PLAN IST EINE DURCHAUS EFFIZIENTE MASSNAHME! ERARBEITEN SIE GANZ BEQUEM IHRE PLANUNG ANHAND DER VON UNS DEFINIERTEN SCHRITTEN.

ERSTER SCHRITT – ZIELE DEFINIEREN:

Welche Ziele wollen Sie mit der Veröffentlichung des Contents in Ihrem Unternehmen erreichen?

- **Konkrete Aktionen** – Sales, Bestellungen, Anfragen
- **Recognition** – Brand Awareness (Erkennbarkeit steigern)
- **Unterstützung, Kundensupport** (z.B. für Banken, Versicherungen etc.)

01

ZWEITER SCHRITT – ZIELPUBLIKUM ERFASSEN:

- Geographisch (Bezirk, Stadt, Land)
- Demographisch (Geschlecht, Alter)
- Soziale Merkmale (Einkommen, Beruf, Position)
- Psychologisch (Kundenporträt – Ängste, Widersprüche, Erwartungen, Interessen)
- Verhalten

02



DRITTER SCHRITT: TONE OF VOICE

03

Tone of Voice repräsentiert die „Stimme“ eines Brands/einer Marke/eines Unternehmens und beantwortet Fragen, wie ich mit meinem Zielpublikum mithilfe von diversen Kommunikationskanälen interagiere = Brand-Charakter!

Man müsste sich vorstellen, dass Brand ein Mensch ist – was ist für die Marke wichtig? Ist die jung/konservativ/frech? Wie will ich in den Augen von meinem Zielpublikum gesehen werden?

Es muss definiert werden, WER Ihr Unternehmen für die Kunden ist. Hier könnten bestimmte Rollen eingesetzt werden:

- Freund
- Mutter
- Flegel
- Mentor
- Lehrer
- Nerd
-

z.B.: ein Unternehmensberater kann in seiner Kommunikation die Rollen Freund/Mentor/Lehrer in sich kombinieren. Ein modernes, cooles Fashion Brand kann im Gegenteil als Flegel mit dem jungen Zielpublikum interagieren. Haben Sie die Kommunikationsmethoden von Fitinn bereits gesehen? Denken Sie daran, warum die Positionierung so dargestellt wird.

Tone of Voice ist immer einheitlich für alle Kanäle (Social Media, Blogs, Webseite).

VIERTER SCHRITT: CONTENT-TYPISIERUNG ERARBEITEN

Definieren Sie konkret, welchen Content Sie produzieren möchten. Kombinieren Sie verschiedene Kategorien:

- NÜTZLICH (lehren, beibringen, informieren)
- KOMMERZIELL (verkaufen, Anfragen erzielen)
- UGC (User Generated Content – Content, der seitens der User selbst produziert wird und Ihre Marke erwähnt: Erfahrungen, Referenzen, Videos, Artikel, vor Ort)
- INTERAKTIV (alles, was eine Interaktion veranlasst – Befragung, Chats, Marathons, Besprechung, Giveaways)
- NEWS (Nachrichten, Berichterstattung)
- REPUTATION (Medien, Auszeichnungen, Awards, Premien, Teilnahme an offiziellen Veranstaltungen und Events)
- UNTERHALTUNG (Humor und Entspannung)

Sie zielen auf die 4 Hauptinteraktionen: **Like, Kommentar, Repost, Click.**

Beispiel: Sie haben eine Firma, die Müsliriegel produziert. Sie posten 5x die Woche in verschiedenen Kanälen, hauptsächlich ist Ihr Content nützlich und kommerziell, ab und zu auch interaktiv. UGC wird da auch dringend gebraucht, um dies nicht aus dem Auge zu verlieren, beinhaltet Ihre Planung Kommunikation mit Influencer und Blogger.

04



FÜNFTER SCHRITT: CONTENT-TABELLE BEFÜLLEN

Die 4 Schritte da oben wären ja u sonst, würden Sie diese jetzt nicht in die Content-Tabelle reinbringen. Befüllen Sie diese und hoppala – ist Ihre Planung bereits fertig!

05



Content	Rubrik	Beschreibung	Posting-Text
NÜTZLICH			
KOMMERZIELL			
UGC			
INTERAKTIV			
NEWS			
REPUTATION			

THANK YOU

ERIDAMIS

Walfischgasse 8/34

1010

Wien

www.eridamis.com