
Muster-Angebot Workshop Content Marketing

- 1. Content Marketing**
- 2. Strategische Content Marketing Planung**
- 3. Der Content Marketing Prozess**
- 4. Musteragenda Planungsworkshop Content Marketing**
- 5. Kosten Workshop**

1. Content Marketing

Über 90% der Marketing Profis in USA, Canada, Australien und UK geben an, Content Marketing in ihren Unternehmen einzusetzen. In Deutschland wird Content Marketing bereits heftig diskutiert. Auch in Österreich ist Content Marketing ein Thema in der Marketing-Branche geworden.

Bei Content Marketing geht es darum, mit nützlichen Inhalten und nicht mit Werbebotschaften die Zielgruppe zu erreichen, über Interaktionen eine Beziehung aufzubauen und dann in der Folge erst Kaufabschlüsse zu tätigen.

Das Informationsverhalten der Konsumenten aber auch jenes im B2B Bereich hat sich verändert. Bevor jemand kauft, informiert er sich im Netz. Studien zeigen, dass 60% der Kaufentscheidung getroffen wird, bevor der Käufer je einen Kontakt mit dem Vertrieb eines Unternehmens aufgenommen hat.

Nützliche Inhalte in Form von Blogbeiträgen, Videos, Social Media Postings, White Papers, Case Studies etc. sind die beste Möglichkeit auf das veränderte Informationsverhalten zu reagieren. Unternehmen, die Content Marketing einsetzen, generieren wesentlich mehr Leads zu wesentlich geringeren Kosten.

2. Strategische Content Marketing Planung

Jetzt auch Social Media zu nutzen ist noch lange kein strategisches Content Marketing. Wir müssen das Businessziel kennen. Wie viel Umsatz soll zum Beispiel im Neukundengeschäft gemacht werden? Wie viele Kunden müssen monatlich dazugewonnen werden? Mit Conversion Rates, die wir aus Benchmarks kennen, können wir hochrechnen wie viele Leads wir generieren müssen und wie viele Prospects (z.B.: Besucher der Website) erreicht werden müssen.

Jetzt erst können wir Content Marketing planen. Das heißt die Buyer Personas beschreiben, eine Content Strategie festlegen, die Kanäle auswählen, die Themen und Formate bestimmen und die Umsetzungsprozesse und Workflows definieren.

3. Der Content Marketing Prozess

Content Marketing ist ein klar definierter Prozess. Aus Fremden werden Visitors, aus Visitors Leads, aus Leads Kunden und aus Kunden hoffentlich Fans. In der Abbildung sind die Prozessschritte und die jeweiligen Maßnahmen dargestellt. Eine Marketing-Automatisierungssoftware unterstützt diesen Prozess. Mit eindeutigen Metriken, wie zum Beispiel Conversion Rates oder Cost per Leads kann der gesamte Return on Investment (ROI) gut dargestellt werden.



4. Musteragenda Planungsworkshop Content Marketing

09.00 Aufwärmrunde mit Klärung der Erwartungen an diesen Workshop

09.10 Präsentation „Einführung in Content Marketing“ (Entwicklung, Methode, Marketing-Automatisations-Software, Einsatzgebiete, Case Studies)

Methode: Präsentation von Take Off PR, Fragen und Diskussionen

10.10 Definition der Marketingziele (Wie viel Neukundenumsatz? Wie viel Kunden pro Monat? Wie viele Leads? Wie viele Prospects?)

Methode: Moderierte Gruppenarbeit mit Unterstützung eines Templates (Traffic Calculator)

10.45 Pause

11.00 Beschreibung der wichtigsten Buyer Personas (Käuferpersönlichkeiten). Wie schauen typische Vertreter unserer Zielgruppen aus?

Methode: Moderierte Gruppenarbeit mit vordefinierten Fragen (Template). Präsentation und Diskussion.

12.30 Mittagspause

13:00 Content Strategie (Content Kern, Themenfelder, Keywords, Formate, Frequenz, Social Media Strategie)

Methode: Moderierte Gruppenarbeit

14.00 Angebote für Conversions (Mit welchen weiterführenden Informationsangeboten z.B.: Whitepapers, Case Studies, Videos erreichen wir eine hohe Anzahl von Conversions?)

Methode: Moderierte Gruppenarbeit (Festlegung der Verantwortung der Umsetzung)

14.45 Content Marketing Organisation & Workflow (Entwicklung einer Content Marketing Organisation und des notwendigen Workflows, interne und externe Ressourcen, Software)

Methode: Moderierte Gruppenarbeit (Festlegung der Verantwortung der Umsetzung)

16.00 Editorial Plan (Entwicklung eines Editorial Plans. Welcher Content mit welchen Themen soll in den nächsten 3 Monaten von wem produziert werden?)

Methode: Moderierte Gruppenarbeit mit Unterstützung eines Templates (Vorlage Editorial Plan)

16:30 Abschlussrunde & Feedback (Was haben wir erreicht?)

16:45 Ende

5. Kosten Workshop

Die Gesamtkosten inklusive Vorbereitung, Nachbereitung und Protokollierung der Ergebnisse betragen € 2.880.- exkl. MwSt.

Es gelten die AGB von Take Off PR: <http://www.takeoffpr.com/wp-content/uploads/2013/06/AGBs-Agentur-Take-Off-PR-24072013.pdf>