### Zur Erreichung welcher Businessziele soll Content einen Beitrag leisten?Merke: Das sind die Ziele, um die es letztendlich geht. Letztendlich muss jede Kommunikation dazu führen, dass eines der folgenden Ziele erreicht wird. Sie sind der “ROI”. Allerdings sind diese Ziele meist das Resultat von mehreren Maßnahmen.

|  |  |
| --- | --- |
| * Qualifizierte Leads
* Mehr Neukunden
* Folgegeschäft Bestandskunden
* Cross Selling Bestandskunden
* Up Selling Bestandskunden
* Mehr Weiterempfehlungen
* Licence to Operate ist gesichert
 | * Höhere Krisenresistenz
* Höhere Kundenzufriedenheit
* Bessere Sales Conversion
* Bessere Kundenbindung
* Besserer Kundensupport
* Höhere Preise durchsetzbar
* Support-Anfragen senken
 |

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### Das Erreichen welcher strategischen Kommunikationsziele soll Content unterstützen?Merke: Das sind die Ziele, die Ihr braucht, damit Ihr die betriebswirtschaftlichen Ziele erreichen könnt? Warum kaufen Eure Kunden gerade von Euch und nicht vom Wettbewerb? Was sollen sie von Euch halten, wie sollen sie Euch wahrnehmen, damit sie sich für Euch entscheiden?

|  |  |
| --- | --- |
| * Sie nehmen uns als Kompetenzführer wahr
* Sie nehmen uns als Qualitätsführer wahr
* Sie nehmen uns als Serviceführer wahr
* Sie nehmen uns als Sympathieführer wahr
* Sie nehmen uns als Innovationsführer wahr
* Ihnen ist unsere Marke gut bekannt
* Die Marke hat für sie ein klares Profil
* Sie haben ein hohes Vertrauen zur Marke
* Die Marke ist bei ihnen “top of mind”
* Marke ist auch für Unbekannte interessant
* Unternehmen hat eine hohe Reputation
 | * Sie fühlen sich dem Unternehmen nah
* Fühlen sich sehr gut betreut (Service)
* Sie sind Teil einer Community
* Sie haben eine gute Beziehung
* Wir sind krisenresistent
* Wir können Themen setzen
* WIr haben starke Arbeitgeber-Marke
* Mitarbeiter identifizieren sich mit uns
* Mitarbeiter sind motiviert
* Mitarbeiter sind sehr zufrieden
 |

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### Welche taktischen Kommunikationsziele verfolgen Sie in Ihrer Strategie?Merke: Taktische Kommunikationsziele sind schnell erreichbar und sie sind gut messbar. Für sich alleine genommen sind sie aber im Allgemeinen nichts wert (außer man kommerzialisiert z.B. die erzeugte Reichweite).

|  |  |
| --- | --- |
| * Abonnenten gewinnen
* Aufmerksamkeit für Marke steigern
* Aufmerksamkeit für Produkt steigern
* Aufmerksamkeit für Thema steigern
* Backlinks generieren
* Bounce Rate verringern
* Buzz erzeugen
* Crowdsourcing / Besseres Feedback
* Daten generieren
* Engagement/Interaktion steigern
 | * Fans / Follower gewinnen
* Meinungsführer aktivieren
* Mehr Leads generieren
* Positives Kundenfeedback erzeugen
* Social Signals generieren
* Social Sentiment verbessern
* Suchmaschinen-Ranking verbessern
* Traffic für Blog/Website/shop generieren
* Verweildauer erhöhen
* Wiederkehrende Besucher
 |

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### Welche operativen Ziele verfolgen Sie mit Ihrer Content-Strategie, z.B.?Merke: Die operativen Ziele sind die Basis jeder guten Kommunikation. Auf sie kann man direkt Einfluss nehmen. Sie hat man zu 100% unter Kontrolle. Und sie sind der Anfang von allem. Wenn die Maschine gut läuft (und gut ausgerichtet ist), dann wird sich Erfolg einstellen. Ansonsten wird es teuer, anstrengend, stressig und vielleicht sogar völlig erfolglos.

|  |  |
| --- | --- |
| * Konsequente Markenführung
* Konsistente Content Experience
* Bessere Content Qualität
* Besserer Fokus auf Nutzen
* Individualisierter Content
* Vernetzte Kundenerlebnisse
* Einheitliche Botschaften über Kanäle
* Themen- statt Kanal Orientierung
* Klare Regeln für Content-Erstellung
* Kosten senken (z.B. für Media)
* Meinungsführer/Multiplikatoren aktivieren
 | * Content methodischer erstellen
* Silos abbauen
* Content besser verwerten
* Content Prozesse optimieren
* Zufriedenheit interner Auftraggeber
* Kosten Content Produktion reduzieren
* Synergien von Teams schaffen
* Mehr Transparenz über Maßnahmen
* Mehr Storytelling
* Höhere Themen-/Markenpräsenz
 |

* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_