

Pressemitteilung

7 Tipps für erfolgreiches Content Marketing

Textbroker-Gründer Jan Becker-Fochler: Das sollten Sie beim Content Marketing beachten

Mainz, 6. Mai 2015 – Beim Content Marketing sprechen Unternehmen ihre Zielgruppe mit relevanten Inhalten statt platten Werbebotschaften an. Textbroker-Gründer Jan Becker-Fochler verrät, worauf es hier ankommt. Seit 2005 beschäftigt sich der Experte mit Content fürs Web und hat die wichtigsten Erfolgsfaktoren zusammengetragen.

1. Content-Ziele definieren

Bevor Sie starten, Online-Inhalte zu veröffentlichen, definieren Sie zunächst Ihre Ziele! Geht es Ihnen etwa um eine Erhöhung des Website-Traffics, die Generierung von Leads oder ein stärkeres User-Engagement? Nur wenn Sie Ihre kommunikativen Ziele klar festlegen, können Sie den Erfolgsbeitrag des Contents messen und Ihre Aktivitäten entsprechend anpassen.

2. Content-Strategie formulieren und dokumentieren

Hinter erfolgreichem Content Marketing steckt immer eine durchdachte Strategie, die die Planung, Produktion und Distribution von Inhalten umfasst. Fragen Sie sich, welche Inhalte Ihre Zielgruppe wie häufig benötigt, welche Content-Arten sich eignen und über welche Kanäle die Zielgruppe am besten erreichbar ist. Halten Sie zudem fest, wer welchen Content erstellt und wie viel Zeit dafür benötigt wird. Nutzen Sie einen [Redaktionsplan](#), um eine langfristige und übersichtliche Planung vorzunehmen.

3. Hochwertigen Content produzieren

Welche Formate transportieren Ihre Botschaft am besten? Egal, ob es sich um eine Infografik, ein Video oder einen Fachartikel handelt: Gute Inhalte sind immer zielgruppenspezifisch, einzigartig, informativ und unterhaltsam. Bei Texten sind eine fehlerfreie Rechtschreibung und Grammatik, eine gute Gliederung sowie ein ansprechender Stil und Ausdruck besonders wichtig.

4. Suchmaschinenoptimierung nicht vergessen

Auch wenn guter Content zuerst den Nutzer ansprechen muss, ist ein gewisses Maß an Suchmaschinenoptimierung Pflicht. Achten Sie neben einzigartigen Inhalten besonders auf folgende Punkte: Platzieren Sie wichtige Keywords an prominenten Stellen (z. B. in Überschrift und Zwischenüberschriften, an Text- und Satzanfängen). Verwenden Sie im Text Synonyme, Varianten und themenrelevante Begriffe zu den Schlüsselbegriffen. Füllen Sie Tags wie Metadescription und Title aus.

5. Richtiges Seeding

Es reicht nicht aus, gute Inhalte zu produzieren. Damit die eigene Zielgruppe diese wahrnimmt, müssen Sie sie über die richtigen Kanäle streuen. Verbreiten Sie Ihren Content über Social-Media-Kanäle wie Twitter, Facebook oder Google+, aber auch per Newsletter oder in Foren. Daneben ist geschicktes Netzwerken mit Influencern aus der Branche hilfreich für erfolgreiches Content Seeding.

6. Content-Aktivitäten messen

Die regelmäßige Erfolgsmessung ist für effektives Content Marketing unerlässlich. Die Kennzahlen sind abhängig von den anfangs definierten Zielen und der jeweiligen Content Marketing-Maßnahme. Vieles, wie etwa neue Besucher auf der Website oder Conversionrates, lässt sich über Google Analytics messen. Durch konsequente Messung können die Aktivitäten immer wieder angepasst werden.

7. Tools nutzen

Es gibt viele kleine Helfer, die Content-Verantwortliche von der Themenfindung über die Content-Erstellung bis hin zum Seeding unterstützen. Als Beispiele seien hier nur BuzzSumo, Hootsuite und Piktochart genannt. Befassen Sie sich im Rahmen Ihrer Content-Strategie auch mit innovativen Tools. So können Sie sich Vorteile gegenüber der Konkurrenz verschaffen und wertvolle Zeit sparen.

Über Textbroker:

Textbroker ist seit 2005 der Pionier unter den Textbörsen. Mit eigenen Niederlassungen in New York und Las Vegas bietet das Unternehmen aus Mainz professionellen SEO-Content und redaktionelle Texte nach Kundenwunsch. Weltweit sind tausende Autoren und Auftraggeber registriert, die monatlich mehr als 100.000 Textaufträge über Textbroker abwickeln. Kunden können Texte in den Sprachen Deutsch, Englisch (US & UK), Französisch, Spanisch, Italienisch, Niederländisch, Polnisch und Portugiesisch (BR & PT) von Muttersprachlern schreiben lassen. Zu den Auftraggebern von Textbroker zählen weltweit führende börsennotierte Konzerne, SEO-Agenturen, Shop-Betreiber, Reiseportale, Social-Media-Communitys, Verlage und Webmaster.