Content-Marketing

Content-Marketing bedeutet, durch interessante, informative Inhalte in verschiedenen Formaten eine spezifische Zielgruppe zu erreichen und im Idealfall zu begeistern und zu binden. Das dahinter liegende Ziel ist die Steigerung der Conversion Rate, wobei individuell festgelegt werden kann, was Conversion bedeutet. Das ist immer abhängig vom Angebot an Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens. Somit kann das Ziel von Content-Marketing auch vordergründig darin liegen, erst einmal die Sichtbarkeit in Medien zu steigern und neuen Traffic auf der Website zu generieren.

Content-Marketing geschieht im Wesentlichen durch die Veröffentlichung von Texten. Aber Bilder, Videos oder Audio-Content können die Texte ergänzen oder eigenständig erscheinen. Besonders wichtig ist bei allen Veröffentlichungen, dass sie auf die Bedürfnisse und Interessen der User bzw. Zielgruppe zugeschnitten sind und in regelmäßigen Abständen erscheinen. Wenn Sie Content-Marketing betreiben möchten, **schreiben Sie nicht werbend** für Ihr Unternehmen. Inhalte, die werbend formuliert sind werden nicht so gerne von Nutzern geteilt und haben somit Schwierigkeiten eine Viralität zu erhalten.

Interessante Inhalte bestehen beim Content-Marketing aus Informationen oder Stories. Sie enthalten keine werblichen Botschaften und dienen auch nicht dem direkten Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen. Mehrwert in Form von Wissen oder auch Unterhaltung ist der Zweck. Darüber sollen User gebunden werden. Und zwar durch Schaffung einer Erlebniswelt rund um das Unternehmen, die Marke oder ein konkretes Produkt.

Im Zentrum des Content-Marketing stehen Blogs. Dort werden Texte überwiegend als **Ratgeber, Checklisten oder Erfahrungsberichte** veröffentlicht. Des Weiteren sind beispielsweise Ebooks, White Papers oder auch Infographics wichtig.

Außerdem sollte die Suchmaschinenoptimierung (SEO) berücksichtigt werden. Dadurch wird gewährleistet, dass die Inhalte auch bei Eingabe der jeweiligen spezifischen Suchbegriffe oder Fokus Keywords auch in den Suchergebnissen der Suchmaschinen so weit oben erscheinen, dass die User sie sehen.