



**DIGITALISIERUNG:**

# Erfolgreiches Content Marketing in der Unternehmenskommunikation

**OB NEWSLETTER, CORPORATE BLOGS ODER SOCIAL-MEDIA-KANÄLE** – Content Marketing ist der Schlüssel zum Erfolg im Netz. Denn wer seine Zielgruppe und bestehenden Kunden nicht regelmäßig mit Content versorgt, wird zwischen der immer größer werdenden Konkurrenz schon bald nicht mehr wahrgenommen.

**TEXT: ING. ALEXANDER GRAF, M.SC., ONLINEEXPERTE**



**Ü**ber 50 Prozent der Weltbevölkerung sind heutzutage online und die Digitalisierung hat längst alle erdenklichen Bereiche unseres Lebens erreicht. Wir möchten von all unseren Endgeräten auf Websites zugreifen können, um jederzeit an Informationen zu gelangen. Das macht einen professionellen, strategischen Internetauftritt unverzichtbar, denn nur so bleiben Sie wettbewerbsfähig und ein erfolgreicher Marktteilnehmer.

Bereits im vorigen Jahr haben wir diese voranschreitende Digitalisierung zum Anlass genommen und Ihnen im Rahmen von vier

Artikeln wertvolle Expertentipps und Denkanstöße gegeben, um Ihre Handelsagentur fit für die digitale Zukunft zu machen. Doch mit Onlineshops (Ausgabe 02/2018), sogenannten Responsive Websites (Ausgabe 03/2018) und einer geschickten Suchmaschinenoptimierung (Ausgabe 04/2018) ist das Thema bei Weitem noch nicht abgeschlossen. Denn eines steht fest: Die Digitalisierung wird noch lange keinen Stillstand erleben und Firmen stehen noch unzählige Möglichkeiten offen, ihre Zielgruppe im Web zu erreichen. Aus dem Grund werden wir uns auch heuer im Zuge einer dreitei-

ligen Artikelserie mit dieser Thematik beschäftigen und Ihnen zum digitalen Erfolg verhelfen. Es erwarten Sie zahlreiche wertvolle Lösungen, beginnend mit Content Marketing als Basis für einen professionellen Webauftritt.

**Content is king**

So brachte es im Jahr 1996 schon Bill Gates auf den Punkt. Und daran hat sich bis heute nichts geändert. Ganz im Gegenteil: Content bzw. Content Marketing ist wichtiger denn je. Allein im deutschsprachigen Raum wurden im Jahr 2017 laut BCM, dem größ-

Nr.1 | März 2019

CONTACT:

## SUMMARY

84 Prozent der Internet-user erwarten, dass Marken Content bereitstellen, der Lösungen bietet, Geschichten erzählt und Erlebnisse schafft. Das zeigt die aktuelle Meaningful-Brands-Studie der Havas Media Group und auch Experten sind sich sicher: Guter Content ist die Grundlage für langfristig zufriedene Kunden und einen steigenden Unternehmenserfolg.

ten Content-Marketing-Kongress Europas, rund acht Milliarden Euro für Content-Marketing-Maßnahmen aufgewendet. Und die Zahl steigt. Doch was ist Content Marketing überhaupt und wofür ist es notwendig?

Es handelt sich um eine Kommunikationsstrategie, die darauf abzielt, hochwertige, relevante Inhalte bereitzustellen, die der jeweiligen Zielgruppe einen Nutzen und Mehrwert bieten. So sollen neue Zielgruppen erschlossen werden und bestehende weiter an das Unternehmen gebunden werden. Es stehen also längst nicht nur die Produkte oder Dienstleistungen im Zentrum der Kommunikation, sondern die Interessen der Kunden und anderen Stakeholder.

Der eigentliche Inhalt ist nicht nur das Wichtigste für die Kunden, zudem ist er die Basis für eine gute Suchmaschinenoptimierung. Ganz oben in den Suchergebnissen werden nämlich nur jene Seiten gereiht, die hochwertigen Content mit relevanten Keywords bieten. Auf diese Weise werden deutlich mehr Klicks und Anfragen generiert und Ihr Umsatz gesteigert. Doch zunächst ein Schritt zurück. Wie schafft man überhaupt erfolgsbringenden Content und wo setzt man als Unternehmen an?

### Schritt für Schritt zu erfolgreichem Content

Zuallererst geht es um die richtige Vorbereitung. Es muss ermittelt werden, was Ihre bestehenden sowie potenziellen Kunden interessiert und welche Ziele Sie erreichen möchten. Danach richten sich natürlich alle weiteren Strategien. Eine Maßnahme ist jedoch für jede Branche klar: Je häufiger und regelmäßiger Inhalte veröffentlicht werden, desto deutlicher schnellen die Besucherzahlen nach oben. Quer über alle Unternehmen hinweg zeigt sich nämlich, dass die Häufigkeit der Beiträge in direktem Zusammenhang mit dem Webstatetraffic steht. Es reicht also nicht mehr, eine alleinige Website mit gleichbleibendem Inhalt zu betreiben. Sie müssen neue Kommunikationstools aufbauen, um Ihre Kunden das ganze Jahr über zu informieren und neue dazugewinnen. Die Grundlage dafür bietet ein sogenannter Content- oder Redaktions-

plan. Jener Plan hilft dabei, Inhalte für Websites, Blogs, Newsletter und Social-Media-Portale lang-

fristig zu planen und diese regelmäßig im Netz zu veröffentlichen. Wichtig ist, dass im Vorhinein genügend Themen gesammelt und ausgefeilt wurden, denn nur so kann eine stringente Strategie gewährleistet werden. Sie denken, Sie haben zu wenige Themen, mit denen Sie Ihre Kunden regelmäßig versorgen können? Dann holen Sie sich professionelle Unterstützung bei der Erstellung des Contentplans und bei der Aufbereitung der Texte, damit Sie ihre Kunden auf dem Laufenden halten.

### Zielgruppenorientiert und SEO-optimiert

Selbst der beste Text über das spannendste Thema bringt Ihrem Unternehmen nichts, wenn er erst gar nicht gefunden wird, weil Google ihn als irrelevant einstuft und zu weit unten rankt. Der Schlüssel zu einem guten Ranking sind daher sogenannte Keywords. Dabei geht es darum, die Internetnutzer unmittelbar in ihrem Suchinteresse zu befriedigen. Hierfür bedarf es einer eingehenden Beschäftigung mit den Bedürfnissen und Problemen der potenziellen Kunden auf Basis ihrer häufigsten Suchanfragen und Suchbegriffe. So wird Ihre Seite nicht nur schneller gefunden, sondern steigert ebenso die Resonanz bei den Suchenden.

### Der richtige Kommunikationskanal

Bei bzw. vor der Erstellung des erwähnten Contents stellt sich die zentrale Frage, in welcher Form dieser für

Ihre Zielgruppe relevant ist und Sie gleichzeitig als professionelle, vertrauenswürdige Firma etablieren kann. Die Bandbreite an Möglichkeiten ist dabei groß und reicht von Blogbeiträgen über Newsletter, kurze, tägliche Social-Media-Postings bis hin zu Infopapers. Doch nicht alle davon sind für einzelne Unternehmen geeignet, denn Content auf unpassenden Kanälen wird die richtige Zielgruppe nicht erreichen. Holen Sie sich Unterstützung bei der Modernisierung Ihrer Website und lassen Sie sich zeigen, mit welchen weiteren Kommunikationsmaßnahmen Ihre Ziele am effizientesten erreicht werden können. Ist diese Arbeit getan, werden Ihre Kunden künftig also in regelmäßigen Abständen mit optimierten, relevanten Inhalten und Sie mit positiver Reputation und neuen Anfragen versorgt. Ihre Handelsagentur wird nicht mehr nur unter Ihrem Namen oder Standort gefunden, sondern schon bald als erstes Ergebnis bei einer themenspezifischen Websuche angezeigt werden. So erlangen Sie nicht nur in einem Nischenmarkt Spezialistenstatus, sondern sind Ihrem Mitbewerb auch als Unternehmen im Massenmarkt einen großen Schritt voraus. Lesen Sie in der nächsten Ausgabe alles über E-Mail-Marketing und dessen Relevanz im digitalen Zeitalter und stärken Sie Ihr Know-how mithilfe vieler weiterer Expertentipps. ■



### ING. ALEXANDER GRAF, M.SC.

Ist Inhaber der Agentur Alexander Graf Consulting. Durch seine langjährige Erfahrung im Marketing und Sales unterstützt er diverse Kunden erfolgreich. Von der Gründung und Zielgruppenanalyse bis zur laufenden Marktbearbeitung und einem Erfolg bringenden Online-Auftritt.

OFFICE@AG-CONSULTING.AT  
WWW.AG-CONSULTING.AT