

Checkliste: Wie du Content-Marketing in deinem Unternehmen integrierst

SCHULUNGEN

Schule deine Mitarbeiter und mache sie zunächst fit für die Arbeit mit Content. Beginne bei null und kläre im Detail, was Content ist und wie dieser für das Marketing genutzt werden kann, welche Arten es gibt und wie guter Content auszusehen hat.

TEAM

Stelle dein Team intern gut auf. Eine externe Agentur kann den Job nicht alleine machen. Schlechte Agentursteuerung kostet vielfach mehr als nur den Agenturpreis. Das eigene Team nicht zu nutzen, stellt auch immer den Verlust von Fachwissen dar, was beim Content-Marketing besonders wichtig ist.

WISSENSAUSTAUSCH

Fördere den internen Wissensaustausch. In jeder Firma liegen Ideen, bereits produzierter Content (off- wie online), Erfahrungen, Kundeninfos vor – all dies muss geteilt werden. Dies spart nicht nur Zeit, sondern ist zudem praxisnah.

PROFESSIONALISIERUNG

Verstehe dein Content-Team als das Vertriebsteam in der digitalen Welt. Content & Kundenkommunikation müssen professionalisiert werden und können nicht über zig Abteilungen nebenher abgefrühstückt werden.

VERANTWORTUNG

Du brauchst eine Content-Management-Abteilung und klare Content-Verantwortlichkeiten. Content-Marketing muss koordiniert werden. Oft sind mehrere Personen aus verschiedenen Bereichen an einem Stück Content beteiligt.

MITARBEITER EINBEZIEHEN

Stelle sicher, dass deine Mitarbeiter eure Produkte, eure Firma und euer Angebot kennen und „lieben“. Beziehe Mitarbeiter mit ein und nutze das Potenzial und das vorhandene Wissen jedes Einzelnen.

RESSOURCEN

Stelle Ressourcen für Monitoring, Trendscouting, Medienbeobachtung, Marktbeobachtung (auch mit Blick über die Grenzen) zur Verfügung (Praktikant, Werkstudent). Das ist wichtig fürs agile Arbeiten mit Content & Ideen.