swipe

Warum Content-Marketing?



Aufmerksamkeit ist ein kostbares Gut

Ob B2C oder B2B – die Zielgruppen werden über klassische Werbeformen immer schlechter erreicht. Die Ursachen sind vielfältig.



Content first: eine strategische Haltung

Content-Marketing priorisiert im Ensemble der Kundenkommunikation (Werbung, Empfehlungs-Marketing, Pressearbeit etc.) den Nutzen von Information.

Es nutzt dafür vorrangig selbst kontrollierte Kanäle (Blogs, Whitepaper-Downloads), aber auch z.B. Presse- und Hintergrundartikel.



Stärken von Content-Marketing

- Lösungsorientiert auf konkrete Informationsbedürfnisse und Pain Points potenzieller Kunden eingehen
- Marketing für erklärungsbedürftige Produkte
- Expertise in einem relevanten thematischen Feld beweisen



Hilft Content-Marketing überhaupt der Marke?

Mehr Leads

Definitiv! Suchmaschinen belohnen gute Inhalte mit vorderen Plätzen. Die Folge: mehr organischer Traffic, mehr Sichtbarkeit im Netz.

Auch inhaltlich hilft es der Marke, sich bei den Zielgruppen als Experte in wichtigen Themen, als relevante Informationsquelle und kundenorientierter Problemlöser zu verankern.

