

## Online Business mit WordPress – Schritt 3 = Content Marketing

Kategorien : [Allgemein](#)

Schlagwörter : [WordPress](#)

Datum : 10. November 2016



Nachdem der [Businessplan des neuen Blogs](#) feststeht und wir uns den [Domainnamen](#) gesichert haben, geht es nun um das Content Marketing und die inhaltliche Planung.

**Dieser Artikel ist Teil einer Artikelserie zum Thema Online Business mit WordPress**

[Artikelserie zum Thema Online Business mit WordPress](#)

[Schritt 1 = Planung und Vorbereitung](#)

[Schritt 2 = Domainname](#)

**Schritt 3 = Content Planung**

[Schritt 4 = WordPress Installation](#)

[Schritt 5 = Piwik Installation](#)

[Schritt 6 = Verschiedene Nutzerkonten einrichten](#)

[Schritt 7 = WordPress Einstellungen](#)

[Schritt 8 = Suchmaschinenoptimierung für mehr Kunden & Umsatz](#)

[Schritt 9 = Beiträge optimieren mit dem SEO Plugin von Yoast](#)

[Schritt 10 = WordPress Plugins für Einsteiger](#)

[Schritt 11 = Keyword-Planer](#)

[Schritt 12 = Soziale Netzwerke in Yoast SEO konfigurieren](#)

[Schritt 13 = Personal Branding - Die ICH-Marke](#)

[Schritt 14 = WordPress Themes - Responsive Webdesign](#)

[Schritt 15 = WordPress absichern](#)

Schritt 16 = Blog-Vermarktung

## Was ist Content Marketing?

Content Marketing ist eine Marketing-Technik, die mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten die Zielgruppe ansprechen soll, um sie vom eigenen Unternehmen und seinem Leistungsangebot oder einer eigenen Marke zu überzeugen und sie als Kunden zu gewinnen oder zu halten.

Content Marketing orientiert sich in der Ansprache und der Thematik an Fachpresse-, Beratungs- und Unterhaltungspublikationen. Seine Ziele erreicht das Content Marketing, indem es den Inhaltsproduzenten als Experten, Berater und Entertainer profiliert, der Kompetenzen, Know-how und Wertversprechen durch den Inhalt demonstriert, statt sie nur zu behaupten.

Je länger Kunden Blogbeiträge lesen, desto aufgeschlossener sind sie gegenüber Content Marketing. Das hat die Studie „Return On Inspiration. New World Content Marketing“ ergeben, für die Yahoo je 1.000 Verbraucher in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien befragt hat.

## Innovatives Content Marketing erhöht Kaufbereitschaft um Faktor 1,84

Durchgeführt hat Yahoo die Studie vor dem Hintergrund, dass Kommunikation immer weniger als Einbahnstraße funktioniert: Verbraucher erwarten von Unternehmen heute Offenheit und teilweise sogar eine gewisse Fürsorge. Marken haben nicht mehr alle Macht in der Hand, sondern müssen auf ihre Zielgruppe reagieren. Content Marketing ist hierfür unter Marketingexperten weithin

anerkannt: 97 Prozent halten Content Marketing für ein wirkungsvolles Instrument, wie eine europaweite Umfrage zeigt. <http://blog.hubspot.com/marketing/content-marketing-in-europe-data>

Laut der Studie von Yahoo muss Content Marketing die Empfänger vor allem inspirieren. Die Auswirkungen von inspirierendem Content Marketing zeigen sich auf mehreren Ebenen. Kamen Konsumenten mit innovativen Content-Marketing-Konzepten in Berührung, erhöhte sich ihre Kaufbereitschaft um den Faktor 1,84. Ihre Affinität zur Marke war 1,75 Mal so hoch. Und die Wahrscheinlichkeit, dass sie Inhalte zur Marke teilen, erhöhte sich um den Faktor 1,76.

## **Buch Empfehlungen**

### **Best of Content Marketing BCM 2016**

von Content Marketing Forum e.V.

Deutscher Fachverlag, 2016, 732 Seiten, Format: 30 cm, ISBN-10: 3866418760, ISBN-13: 9783866418769

Seit 2003 zeichnete das Forum Corporate Publishing gemeinsam mit den Branchenmagazinen "acquisa", "HORIZONT", "W&V" "werbewoche" und "persönlich" die besten Unternehmenspublikationen mit den BCP -Awards aus. 2015 benannte sich der Verband in [Content Marketing Forum](#) um und vergab 2016 erstmals Preise im Wettbewerb Best of Content Marketing. Die Würfel wurden in 52 Kategorien und viermal als Sonderpreis verliehen. Acht Publikationen wurden in die Hall of Fame aufgenommen, diese ist mit ihren nunmehr 33 Publikationen

### **Think Content!**

Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Website-Content verstehen und effizient einsetzen. Mehr Reichweite mit dem passenden Content-Mix. Essenzielles Texter-Wissen: von SEO über Online-PR

von Miriam Löffler

Rheinwerk Verlag, Rheinwerk Computing, 2014, 627 Seiten, Format: 23 cm, ISBN-10: 3836220067, ISBN-13: 9783836220064

Aus dem Inhalt:

Website-Content aus allen Blickwinkeln  
Unterschiedliche Content-Arten  
Zielgruppen relevante Content-Ideen  
Content-Marketing-Aktionen aus der Praxis  
Die richtige Content-Strategie  
Launch- und Relaunch-Projekte  
Zielgerichteter Auf- und Ausbau von Web-Inhalten

Content im Tagesgeschäft organisieren  
Gute Texte erstellen - Usability und Design  
Das Handwerk des Webtextens

## Content-Marketing-Tool: Organisation

Bei der Organisation von Inhalten geht es vor allem darum, Artikel-Ideen abzulegen, sie mit Notizen zu versehen, zu diskutieren oder sie beispielsweise zeitlich ins Programm des eigenen Blogs einzuplanen.

[Trello](#) ist ein Projektmanagement-Tool, das eigentlich alles kann. Trello ist eine web-basierte Projektmanagement-Tool, das vom US-amerikanischen Unternehmen Fog Creek Software betrieben wird. Der Dienst wurde am 13. September 2011 gegründet und ist auch auf Deutsch verfügbar. Anwender können Artikelideen festhalten und sie einem bestimmten Autor zuweisen. In der web-optimierten Anwendung ist es möglich, auf sogenannten Boards gemeinsam mit anderen Mitgliedern Listen zu erstellen. Sie können beliebig bearbeitet werden und mit Checklisten, Anhängen und einem festgelegten Termin versehen werden.

## Was ist ein Redaktionsplan?

Ein Redaktionsplan hilft dir bei der Planung, Produktion, Veröffentlichung und Verbreitung deiner Inhalte.

## Und was ist ein Themenplan?

Der Themenplan enthält eine Sammlung grober Themen und Ideen, die aber nicht bis ins Detail konkretisiert werden. Der Themenplan beruht direkt auf der Content-Strategie, in der du wiederum auch deine Ziele, Zielgruppen, Botschaften etc. definierst.

Wenn du mehr über die Unterschiede zwischen Redaktionsplan und Themenplan erfahren möchtest, empfehle ich dir den Artikel von [Daniela Sprung bei sozial-pr](#).

## Redaktionsplan

Im Folgenden habe ich einige der wichtigsten Punkte zusammengefasst, die du beim Aufbau des Redaktionsplans berücksichtigen solltest:

**Frequenz** - Lege gleich zu Beginn eine Mindest-Frequenz für Blog-Beiträge fest. Ein bis zwei Artikel pro Wochen sollten meiner Meinung nach auf jeden Fall erscheinen.

**Tools** - Stelle sicher, dass alle Autoren sowohl mit WordPress, als auch den Tools für die

Redaktionsplanung problemlos zurechtkommen.

**Deadlines** - Lege im Redaktionsplan klare Termine fest. Plane dabei zwischen Artikel-Abgabe und Veröffentlichung auf jeden Fall Zeit fürs Redigieren ein.

## Links

[Content-Consulting](#)

[Leitfäden zur Online-PR, Veranstaltungs-PR und Content Marketing | Studien](#)

[Wie sich der Redaktionsprozess strukturieren lässt](#)

[„Kauf, du Arsch!“ führt nur zu kurzfristigen Effekten – Content-Marketing zielt hingegen auf](#)

[Langfristigkeit](#)

[toushenne.de](http://toushenne.de)

## Jetzt bist du gefragt!

Betreibst du in deinem Unternehmen Content-Marketing? Welche Erfahrungen hast du dabei gemacht?

Hast du Anregungen, Ergänzungen, einen Fehler gefunden oder ist dieser Beitrag nicht mehr aktuell? Dann freue ich mich auf deinen Kommentar.

Du kannst diesen Beitrag natürlich auch weiterempfehlen. Ich bin dir für jede Unterstützung dankbar!

(Bild: [VLADGRIN](#) / [Shutterstock.com](#))

## **Wie können wir Ihnen helfen?**

Sie wollen online richtig verkaufen? Wir unterstützen Sie bei der Umsetzung Ihres Augmented Reality (AR) oder Virtual Reality (VR) Projektes! Egal ob [Produktfotografie](#), [3D Scan Service](#), [3D-Visualisierung](#) oder fertige [3D Modelle für AR/VR](#) – wir beraten Sie persönlich und unverbindlich.

## **Wo kann ich Anregungen, Lob oder Kritik äußern?**

Ihre Meinung ist uns wichtig! Schreiben Sie uns, was Ihnen in Bezug auf unser Angebot bewegt. [info@r23.de](mailto:info@r23.de)

## **R23 — Ihre Digitalagentur für Virtual Reality und interaktive Markenerlebnisse**

Wünschen Sie ein individuelles Angebot auf Basis Ihrer aktuellen Vorlagen, nutzen Sie einfach unser [Anfrageformular](#).

<https://blog.r23.de/online-business-mit-wordpress-schritt-3-content-marketing/>

Besuchen Sie uns auch auf [Facebook](#) und [Twitter](#).

r23

Thüringenstr. 20

58135 Hagen

Deutschland

Telefon: 02331 / 9 23 21 29

E-Mail: [info@r23.de](mailto:info@r23.de)

Ust-IdNr.:DE250502477