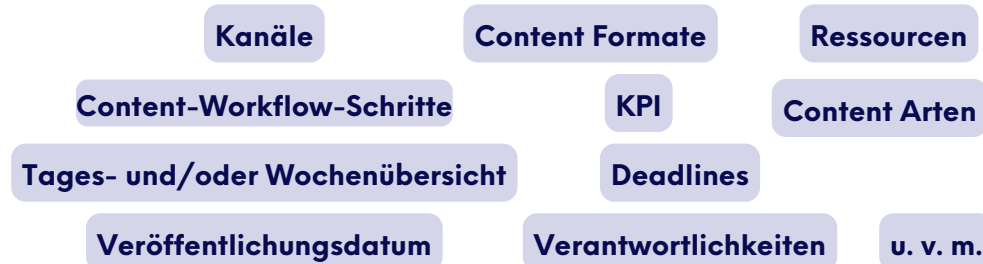


SPICKZETTEL: DER CONTENTPLAN

Mit dem Contentplan skizzierst du deinen Wochen- oder Tagesplan für die Umsetzung deiner Content-Marketing-Strategie/ Kommunikationsstrategie.

WAS STECKT IN EINEM CONTENTPLAN DRIN?



Tipps

- Nutze Daten für deinen Plan:** Schau dir Analysen an, um zu verstehen, welche Inhalte gut ankommen. Richte deinen Plan danach aus, indem du zum Beispiel mehr auf beliebte Inhalte setzt.
- Berücksichtige verschiedene Zielgruppen:** Gestalte deinen Plan so, dass er unterschiedliche Gruppen anspricht. Erstelle verschiedene Abschnitte für unterschiedliche Kundengruppen.
- Plane den Lebenszyklus deiner Inhalte:** Überlege dir, wie du Inhalte erstellst, veröffentlichst, bewirbst und wieder verwendest. So kannst du alle deine Inhalte optimal nutzen.
- Lass Platz für spontane Ideen:** Lass in deinem Plan Platz für aktuelle Themen oder spontane Ereignisse. Das könnte ein bestimmter Prozentsatz deines Kalenders sein, der für spontane Inhalte offen bleibt.
- Hol dir Ideen von verschiedenen Abteilungen/Kolleg*innen:** Plane regelmäßige Treffen mit verschiedenen Abteilungen, wie Vertrieb, Kundenservice oder Forschung und Entwicklung. Das hilft einen umfassenden Plan zu erstellen, der viele Aspekte deines Geschäfts und der Kundenerfahrung abdeckt.

WARUM AUF EINEN CONTENTPLAN SETZEN?

Ein solcher Plan kann dir dabei helfen, Inhalte für alle deine Plattformen und Kanäle besser und schneller zu planen und zu strukturieren. Mit mehr Überblick fällt dir auch dein Workflow leichter.

CONTENTPLAN DO'S

- ✓ **Setze dir klare Ziele**
- ✓ **Verstehe dein Publikum**
- ✓ **Sei flexibel**
- ✓ **Messe die Leistung**

WO KANN EIN CONTENTPLAN EINGESETZT WERDEN?

Ein Content-Plan ist überall dort nützlich, wo Inhalte eine Rolle spielen. Er hilft zu entscheiden, welche Inhalte erstellt werden sollen, wer daran beteiligt ist und wann sie veröffentlicht werden.

Kurz gesagt, wenn du Inhalte für Marketing oder Kommunikation erstellst, ist ein Content-Plan ein wichtiges Werkzeug, um alles zu organisieren und zu planen.

CONTENTPLAN DON'TS

- ✗ **SEO ignorieren**
- ✗ **Distribution vernachlässigen**
- ✗ **Konsistenz unterschätzen**
- ✗ **Feedback ignorieren**

IN 6 SCHRITTEN ZUM CONTENTPLAN

1

Definiere deine Ziele, dein Zielpublikum und die Messgrößen für deine Erfolgsmessung.

2

Begib dich auf Ideensuche und sammle verschiedenste Ideen. Halte diese in deinen Unterlagen fest.

3

Erstelle einen Plan, in dem du deine Ideen und alle Schritte notierst, die du für die Erstellung brauchst.

4

Achte darauf, dass jeder seine Rolle kennt. Stelle sicher, dass alle die Deadlines bei der Erstellung einhalten.

5

Entwickle auch eine Strategie für die Bewerbung – Ads, Influencer Marketing, etc. du hast viele Möglichkeiten.

6

Analysiere die Leistung all deiner Content-Aktivitäten. Passe deinen Plan gegebenenfalls an.

VORTEILE UND NACHTEILE

+Strukturierte Herangehensweise

Ein guter Contentplan sorgt für eine systematische und effiziente Erstellung sowie Veröffentlichung von Inhalten.

– Zeitaufwendige Erstellung

Das Erstellen eines komplexen und detaillierten Contentplans kann viel Zeit kosten.

+ Zielgruppenorientierung

Der Plan ermöglicht es dir, Inhalte gezielt auf die Bedürfnisse deiner Zielgruppe auszurichten.

– Geringere Flexibilität

Ein strikter Plan kann Spontanität und Kreativität in Sachen Content-Erstellung ausbremsen.

CONTENTPLAN TOOLS



Asana

ClickUp

Notion

Trello