

CORNERSTONE CONTENT

UNCOVER THE PROVEN STRATEGIES FOR MAXIMIZING
THE REACH AND IMPACT OF YOUR CONTENT!



Copyright © Alle Rechte weltweit vorbehalten.

DEINE RECHTE: Dieses Buch ist nur für deinen persönlichen Gebrauch bestimmt. Es beinhaltet keine weiteren Rechte.

RECHTLICHER HINWEIS: Dieses Buch ist durch internationales Urheberrecht geschützt und darf ohne ausdrückliche Genehmigung des Herausgebers nicht kopiert, vervielfältigt, weitergegeben oder zur Erstellung abgeleiteter Werke verwendet werden. Die Urheberrechte an diesem Buch verbleiben vollständig beim Verlag.

Der Autor hat sich bei der Erstellung dieses Buches nach Kräften bemüht, so genau und vollständig wie möglich zu sein und sicherzustellen, dass die bereitgestellten Informationen fehlerfrei sind; der Autor/Verlag/Wiederverkäufer übernimmt jedoch keine Verantwortung für Fehler, Auslassungen oder eine gegenteilige Auslegung des hierin enthaltenen Themas und kann aufgrund der sich schnell verändernden Natur des Internets zu keinem Zeitpunkt garantieren oder zusichern, dass die Inhalte korrekt sind.

Jede vermeintliche Beleidigung bestimmter Personen, Völker oder Organisationen ist nicht beabsichtigt. Der Zweck dieses Buches ist es, zu informieren, und es werden keine Garantien für Einkommen, Verkäufe oder Ergebnisse gegeben. Der Herausgeber/Autor/Wiederverkäufer kann daher nicht für schlechte Ergebnisse verantwortlich gemacht werden, die du bei der Anwendung der Techniken oder bei der Befolgung der in diesem Buch dargelegten Richtlinien erzielst.

Alle Produkt-, Website- und Firmennamen, die in diesem Bericht erwähnt werden, sind Marken oder urheberrechtlich geschütztes Eigentum der jeweiligen Inhaber. Der Autor/Herausgeber/Wiederverkäufer ist in keiner Weise mit ihnen verbunden oder verknüpft. Die genannten Produkte, Websites und Firmennamen sponsern, unterstützen oder billigen dieses Produkt nicht.

OFFENLEGUNG DER VERGÜTUNG: Wenn nicht ausdrücklich anders angegeben, solltest du davon ausgehen, dass es sich bei den Links in diesem Buch um Affiliate-Links handeln kann und dass der Autor/Verlag/Wiederverkäufer eine Provision erhält, wenn du auf sie klickst und das in diesem Buch erwähnte Produkt/die Dienstleistung kaufst. Der Autor/Herausgeber/Wiederverkäufer lehnt jedoch jede Haftung ab, die sich aus deiner Beteiligung an solchen Websites/Produkten ergeben könnte. Bevor du die erwähnten Produkte oder Dienstleistungen kaufst, solltest du eine sorgfältige Prüfung vornehmen.

Dies stellt die gesamte Lizenzvereinbarung dar. Alle Streitigkeiten oder Bedingungen, die nicht in dieser Vereinbarung behandelt werden, liegen im alleinigen Ermessen des Herausgebers.

Einführung

Eine gute Möglichkeit, dich von der Masse abzuheben und deine Position auf dem Markt zu festigen, ist die Erstellung sogenannter Wow-Inhalte. Das bedeutet: Inhalte, die Evergreens sind, in die Tiefe gehen und deinem Publikum wertvolle Informationen und Einblicke bieten.

Sie sollen Kunden anziehen und binden, dein Unternehmen als Vordenker in deiner Branche etablieren und deine allgemeinen Marketingbemühungen unterstützen.

Mit dem Aufkommen des Internets und der sozialen Medien ist es für Unternehmen einfacher denn je, ihre Zielgruppen zu erreichen. Allerdings ist es dadurch auch schwieriger geworden, in der überfüllten digitalen Landschaft hervorzustechen. Die Konkurrenz ist größer als je zuvor, deshalb ist es wichtig, neue Wege zu finden, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

Wow-Inhalte sind ein mächtiges Werkzeug, mit dem du dieses Ziel erreichen kannst. Indem du wertvolle und informative Inhalte erstellst, kannst du dich von der Konkurrenz abheben und deiner Zielgruppe zeigen, dass du etwas Wertvolles zu bieten hast. Außerdem zeigst du ihr, dass du bereit bist, extra viel in Kauf zu nehmen, um ihnen genau die Informationen zu liefern, nach denen sie suchen.

In diesem Book geht es um die Bedeutung von solchem Wow- Content und darum, wie du ihn erstellst, optimierst und vermarktest, um dein Unternehmen voranzubringen.

Los geht's!

Wie du Wow-Inhalte erstellst

Schritt 1: Bestimme dein Zielpublikum

Der erste Schritt bei der Erstellung von richtig guten Inhalten besteht darin, deine Zielgruppe zu identifizieren. Wenn du deine Zielgruppe kennst, kannst du Inhalte erstellen, die für sie relevant und wertvoll sind - und so sicherstellen, dass du jedes Mal einen **Volltreffer** landest.

Wenn du einen Plan für deine Inhalte erstellst, solltest du Dinge wie Demografie, Interessen und Probleme der Zielgruppe unbedingt berücksichtigen, damit du Informationen bereitstellen kannst, die deiner Zielgruppe am besten dienen.

Schritt 2: Wähle ein Hauptthema

Wenn du deine Zielgruppe identifiziert hast, musst du im nächsten Schritt ein Thema / eine Nische für deine wichtigsten Inhalte wählen und kommunizieren. Das Thema sollte für deine Zielgruppe relevant und wertvoll sein und mit deinen Unternehmenszielen übereinstimmen, aber vor allem immer aktuell sein. Auf diese Weise musst du dir keine Sorgen machen, dass deine Inhalte schnell veralten oder ständig überarbeitet werden müssen, damit sie relevant bleiben.

Darüberhinaus solltest du eine Keyword-Recherche durchführen, um beliebte Themen in deiner Branche zu identifizieren. Diese können auch als Titel und Untertitel für Blogbeiträge verwendet werden, um deine Reichweite zu maximieren und dein Suchmaschinenranking zu verbessern.

Schritt 3: Recherchieren und Informationen sammeln

Nachdem du dich für ein Thema entschieden hast, musst du im nächsten Schritt recherchieren und zusätzliche Informationen sammeln. Nutze eine Vielzahl von Quellen wie Branchenberichte, Studien und Expertenmeinungen, um Informationen zu sammeln.

Du solltest dich nicht nur auf einige wenige Quellen verlassen, sondern dir Zeit nehmen, um die (direkte) Konkurrenz zu analysieren und herauszufinden, mit welcher Art von Inhalten sich deine Zielgruppe aktiv auseinandersetzt.

Schritt 4: Erstelle eine Struktur oder Gliederung

Bevor du mit dem Schreiben beginnst, ist es wichtig, dass du eine Struktur für deine wichtigsten Inhalte erstellst. Eine Gliederung oder ein Leitfaden hilft dir, deine Informationen zu organisieren und sicherzustellen, dass dein Inhalt leicht zu lesen und zu verstehen ist.

Erwäge Überschriften, Zwischenüberschriften und Aufzählungspunkte zu verwenden, um auch eine klare und optisch ansprechende Struktur zu schaffen. Wenn du deinen Inhalt in übersichtliche Abschnitte unterteilst, ist er für dein Publikum leichter zu lesen und zu verstehen.

Schritt 5: Schreibe konzentriert deinen Inhalt

Sobald du eine Struktur erstellt hast, kannst du mit dem Schreiben deiner Inhalte beginnen. Oder dir von einem unserer empfohlen KI Tool zur Texterstellung helfen lassen, z.B. [NeuronWriter](#)

Achte darauf, dass du einen klaren und ansprechenden Schreibstil verwendest, der deine Zielgruppe anspricht. Mach's kurz und bündig! Verwende keinen komplizierten oder verwirrenden Fachjargon. Jetzt ist nicht der richtige Zeitpunkt, um deine Formulierungskünste auszupacken. Wenn du Hilfe brauchst, gib gern Bescheid, als erfahrene Texter unterstützen wir dich bei Bedarf in allen Projekten. Es geht im Wesentlichen darum, Inhalte zu erstellen, die deine Zielgruppe versteht - und mag.

Bonuspunkte gibt es, wenn du passende Bilder und Videos verwendest, um den Inhalt aufzulockern! ;-)

Schritt 6: Optimieren und Korrekturlesen

Nachdem du deine wichtigsten Inhalte erstellt hast, ist es wichtig, sie für Suchmaschinen zu optimieren und sie auf Fehler zu überprüfen. Verwende außerdem deine Keywords im Titel, in der Meta-Beschreibung und im gesamten Inhalt. Achte außerdem darauf, dass du interne und externe Links verwendest, um deine Inhalte mit anderen relevanten Seiten auf deiner Website und anderen

Websites zu verbinden. So wird sichergestellt, dass deine Inhalte gründlich für die Suche optimiert sind.

Schritt 7: Bewirb deine Inhalte

Sobald deine Inhalte optimiert und Korrektur gelesen sind, musst du sie bei deiner Zielgruppe bekannt machen.

Nutze die sozialen Medien, E-Mail-Marketing und Influencer-Marketing, um deine wichtigsten Inhalte bekannt zu machen. Du kannst auch bezahlte Werbung einsetzen, um deine Inhalte bei deiner Zielgruppe bekannt zu machen, wenn du das nötige Budget hast. Wie du das effektiv machen kannst, erfährst du hier im Kurs.

Denke daran, dass die Erstellung toller Inhalte Zeit und Mühe kostet, aber die Ergebnisse sind es langfristig wert!

Optimiere und vermarkte deine Eckpfeiler-Inhalte

In diesem Kapitel erfährst du, wie du deine Eckpfeiler-Inhalte optimieren und bewerben kannst, um schnell und einfach Kunden zu gewinnen und zu binden.

Dieser Abschnitt fasst zusammen, was wir bisher behandelt haben, gibt aber auch zusätzliche Tipps, die dir den Einstieg erleichtern. 😊

Schritt 1: Optimiere für die Suche

Um sicherzustellen, dass deine Inhalte von deiner Zielgruppe gefunden werden, ist es wichtig, dass du sie für Suchmaschinen optimierst. Verwende Keywords im Titel, in der Meta-Beschreibung und im gesamten Inhalt. Mehr dazu bei CONVERSION SEO.

Achte außerdem auf interne und externe Verlinkung, um deine Inhalte - und andere relevanten Seiten auf deiner Website und ggf. auf anderen Websites optimal in der Symbiose zu nutzen.

Schritt 2: Optimierte die Lesbarkeit

Neben der Optimierung für Suchmaschinen ist es wichtig, dass du deine Inhalte auch bzgl. der Lesbarkeit optimierst.

Verwende Überschriften, Zwischenüberschriften und Aufzählungspunkte, damit deine Inhalte leicht zu lesen und zu verstehen sind. Verwende Bilder und Videos, um den Text aufzulockern und deine Inhalte optisch ansprechender zu gestalten.

Schritt 3: Teilen in sozialen Medien

Soziale Medien sind ein bedeutendes Instrument, um deine wichtigsten Inhalte zu verbreiten. Teile deine Inhalte auf den Social-Media-Konten deines Unternehmens und ermutige deine Mitarbeiter und Kunden, sie ebenfalls zu teilen.

Erwäge auch, bezahlte Werbung in den sozialen Medien zu schalten, um ein größeres Publikum zu erreichen.

Schritt 4: Gastbeiträge auf anderen Websites

Gastbeiträge auf anderen Websites sind eine gute Möglichkeit, um deine wichtigsten Inhalte bekannt zu machen und neue Zielgruppen zu erreichen.

Wende dich an andere Websites in deiner Branche und schlage ihnen Gastbeiträge vor, die deine Kern-Contents enthalten.

Schritt 5: Konzentriere dich auf E-Mail-Marketing

E-Mail-Marketing ist ein weiteres wirksames Mittel, um deine Wow-Inhalte zu bewerben. Nutze deine E-Mail-Liste, um für deine neuen Inhalte zu werben, und fordere deine Abonnenten auf, sie mit ihren Bekannten zu teilen.

Indem du deine Wow-Inhalte optimierst und bewirbst, kannst du ihre Reichweite maximieren und dein Geschäft auf die nächste Stufe heben.

Den Erfolg deiner Eckpfeiler-Inhalte messen

Den Erfolg deiner „Zugpferd“-Inhalte zu messen, ist wichtig, um zu verstehen, wie sie sich auf dein Geschäft auswirken, und um deine Strategie zu verbessern.

In diesem Kapitel werden wir die wichtigsten Kennzahlen und die besten Methoden zur Messung des Erfolgs deiner Eckpfeiler-Inhalte vorstellen.

Schritt 1: Setze dir klare Ziele

Der erste Schritt, um den Erfolg deiner Wow-Inhalte zu messen, besteht darin, klare Ziele zu setzen. Diese Ziele sollten mit deinen Unternehmenszielen übereinstimmen und spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitgebunden (SMART) sein.

Dein Ziel könnte zum Beispiel sein, die Besucherzahlen deiner Website in den nächsten sechs Monaten um 20% zu steigern.

Schritt 2: Verfolge die wichtigsten Statistiken

Wenn du deine Ziele festgelegt hast, musst du im nächsten Schritt die wichtigsten Kennzahlen verfolgen, um den Erfolg deines Eckpfeilers zu messen. Einige wichtige Kennzahlen, die du verfolgen solltest, sind:

Besucherzahlen: Verfolge die Anzahl der Besucher/innen auf deiner Website und auf den Seiten, auf denen deine Wow-Inhalte zu finden sind.

Engagement: Verfolge die Anzahl der Likes, Shares und Kommentare zu deinem Special Content.

Konversionsraten: Verfolge die Anzahl der Konversionen (z. B. Lead-Generierung oder Verkäufe), die aus deinem Eckpfeiler-Inhalt resultieren.

Absprungrate: Beobachte den Prozentsatz der Besucher, die deine Website nach nur einer Seite wieder verlassen.

Verweildauer auf der Seite: Erfasse, wie lange die Besucher auf den Seiten mit deinen Wow-Inhalten verweilen.

Schritt 3: Verwende Analysetools

Um deine Kennzahlen zu verfolgen und den Erfolg deiner Eckpfeiler-Inhalte zu messen, musst du Analysetools verwenden.

Google z.B. bietet ein beliebtes, kostenloses Tool, das detaillierte Daten zu Website-Traffic, Nutzerverhalten und Konversionen liefert.

Schritt 4: Analysiere deine Daten und werte sie sorgfältig aus

Wenn du deine Daten gesammelt hast, ist der nächste Schritt, sie zu analysieren und dir über deine Ergebnisse klar zu werden.

Nutze deine Daten, um Muster und Trends zu erkennen und fundierte, datengestützte Entscheidungen zur Verbesserung deiner Strategie zu treffen.

Die optimale Nutzung deiner Wow-Inhalte

Schritt 1: Erstelle einen Inhaltskalender

Der erste Schritt, um deine Wow-Inhalte für deine Marketingstrategie zu nutzen, ist die Erstellung eines Inhaltskalenders.

Ein Inhaltskalender hilft dir, deine Inhalte im Voraus zu planen und zu organisieren und sicherzustellen, dass sie mit deinen Unternehmenszielen und deiner Zielgruppe übereinstimmen.

Schritt 2: Wiederverwendung und Aktualisierung deiner Inhalte

Sobald du einen Inhaltskalender erstellt hast, ist der nächste Schritt die Wiederverwendung und Aktualisierung deiner Inhalte. Die Wiederverwendung und Aktualisierung deiner Inhalte hilft dir, ihren Wert zu maximieren und neue Zielgruppen zu erreichen.

Du kannst z. B. aus deinem Blogbeitrag ein Video machen und es auf YouTube hochladen oder aus deiner Studie ein eBook erstellen und es als Leadmagnet auf deiner Website anbieten.

Schritt 3: Nutze deine Inhalte zur Unterstützung deiner Verkaufsanstrengungen

Nutze deine Inhalte, um deine Leads und Kunden über deine Produkte oder Dienstleistungen aufzuklären und ihnen wertvolle Informationen zu liefern.

Du kannst deine Wow-Inhalte z. B. dazu nutzen, einen Leadmagneten zu erstellen, der neue Leads auf deine Website lockt, oder sie zur Unterstützung deines Verkaufsteams im Verkaufsprozess einsetzen.

Schritt 4: Nutze deine Inhalte zur Unterstützung deiner PR-Aktivitäten

Indem du deine Eckpfeiler-Inhalte in deine Marketingstrategie einbeziehst, z. B. in Form einer Pressemitteilung, kannst du neue Kunden anziehen und gleichzeitig deine Marke in den Mittelpunkt stellen.

Eine gut formulierte PR-Mitteilung hilft dir auch, dein Suchmaschinenranking zu verbessern, was letztendlich deine Bekanntheit erhöht!

Ideen für Wow-Inhalte

In diesem Kapitel werden wir uns mit den besten Methoden beschäftigen, um Ideen für wichtige Inhalte zu finden.

Versetze dich in dein Zielpublikum hinein

Der erste Schritt bei der Suche nach Ideen für Wow-Inhalten besteht darin, deine Zielgruppe zu verstehen.

Erkenne ihre Bedürfnisse, Interessen und Probleme und nutze diese Informationen, um Ideen für Inhalte zu entwickeln, die für sie relevant und wertvoll sind. Je besser du deine Zielgruppe kennst, desto einfacher wird es sein, Inhalte zu erstellen, die sie interessieren.

Beobachte deine Branche

Eine weitere Möglichkeit, Ideen für wichtige Inhalte zu finden, ist die Beobachtung deiner Branche. Verfolge Branchentrends, Nachrichten und Veranstaltungen und nutze diese Informationen, um Ideen für Inhalte zu entwickeln, die für deine Zielgruppe spannend sind.

Bleib in den sozialen Medien aktiv und konzentriere dich darauf, eine Fangemeinde aufzubauen, die du nach Ideen für zukünftige Inhalte befragen kannst.

Behalte deine Konkurrenz im Auge

Analysiere deren Inhalte und finde heraus, was bei ihnen gut funktioniert (und was nicht!). Lies dir die Kommentare von Kunden in deiner Nische durch. Die Social-Media-Präsenzen deiner Konkurrenten können eine Fundgrube für wichtige Inhaltsideen sein. Nutze diese Informationen, um Ideen für deine eigenen Inhalte zu entwickeln, die für deine Zielgruppe relevant und wertvoll sind.

Nutze die Keyword-Recherche zu deinem Vorteil

Die Recherche nach Schlüsselwörtern ist eine großartige Methode, um Ideen für wichtige Inhalte zu finden. Nutze Recherchertools, um beliebte Themen und Keywords in deiner Branche zu identifizieren, und verwende diese Informationen, um herausragende Inhalte zu erstellen, die für deine Zielgruppe einen echten Mehrwert darstellen.

„Catch“ dein Publikum

Scheue dich nicht, dein Publikum direkt nach Ideen zu fragen. Nutze soziale Medien, Umfragen oder Kundenfeedback, um herauszufinden, an welchen Themen und Inhalten sie am meisten interessiert sind.

Schreibe in einem fesselnden Ton:

Alles, nur nicht langweilig ... Der Ton deines Inhalts ist wichtig. Dein Text sollte fesselnd und leicht zu lesen sein. Verwende aktive statt passive Formulierungen, kurze Sätze und eine einfache Sprache, um das Interesse deines Publikums zu wecken.

Zum Schluss noch ein paar Beispiele für die wichtigsten Inhalte, die du als Teil deiner Marketingstrategie in Betracht ziehen solltest:

Anleitungen:

Anleitungen sind eine gute Art von Wow-Inhalten, weil sie wertvolle Informationen liefern, die deinem Publikum helfen, ein bestimmtes Problem zu lösen oder eine bestimmte Aufgabe zu erfüllen.

Sie können in Form von Blogbeiträgen, Videos oder Infografiken verfasst werden und sollten leicht verständlich und nachvollziehbar sein.

Forschungsstudien:

Forschungsstudien versprechen tiefgehende Einblicke und fundierte Daten zu einem bestimmten Thema.

Fallstudien:

Fallstudien sind anschaulich, weil sie Beispiele aus der Praxis zeigen, - wie dein Unternehmen anderen Kunden geholfen hat. Sie können verwendet werden, um den Wert deiner Produkte oder Dienstleistungen zu demonstrieren und um neue Kunden zu gewinnen.

eBooks:

eBooks sind eine bewährte Möglichkeit, weil sie detaillierte Informationen zu einem bestimmten Thema liefern.

Sie können dazu genutzt werden, dein Unternehmen als Autorität in deiner Branche zu etablieren und Leads für dein Unternehmen zu generieren.

Webinare:

Webinare sind ansprechend, weil aktiv. Sie ermöglichen es dir, direkt mit deinem Publikum zu interagieren. Damit kannst du dir schnell eine treue Fangemeinde aufbauen und ein größeres Publikum erreichen.

Podcasts:

Podcasts sind in den letzten Jahren immer beliebter geworden, und das hat viele Gründe, unter anderem, weil du ein sehr eingegrenztes Publikum hast: Mit Podcasts können Unternehmen ein ganz bestimmtes, vordefinierter Publikum erreichen. Sie ermöglichen es Unternehmen, Inhalte zu erstellen, die auf die Interessen und Bedürfnisse ihrer Zielgruppe speziell zugeschnitten sind.

Kosteneffektiv: Podcasts sind eine kostengünstige Möglichkeit, ein großes Publikum zu erreichen. Sie erfordern keine teure Ausrüstung oder ein großes Produktionsteam und können kostenlos an ein breites Publikum ausgespielt werden.

Schafft Vertrauen und Autorität: Podcasts ermöglichen es Unternehmen, sich als Vordenker in ihrer Branche zu etablieren. Sie bieten Unternehmen eine Plattform, auf der sie ihr Fachwissen mit ihrem Publikum teilen können, und schaffen so Vertrauen und bestärken die Autorität.

Persönliche Verbindung: Podcasts sind auch eine gute Möglichkeit, eine persönliche Beziehung zu deinem Publikum aufzubauen. Sie bieten Unternehmen eine Plattform, um ihre Geschichte zu erzählen und eine persönliche Beziehung zu ihrem Publikum aufzubauen.

Erhöhtes Engagement: Podcasts haben in der Regel ein höheres Engagement als andere Formen von Inhalten. Podcast-Hörer/innen investieren oft mehr in den Inhalt, hören sich ganze Episoden an und tauschen sich mit den Moderator/innen und Gästen aus.

Podcasts sind mobilfreundlich: Podcasts können unterwegs und auf verschiedenen Geräten angehört werden, was sie für ein breites Publikum zugänglich macht.

Was du beachten solltest

Es ist wichtig, dass du dir bewusst machst, dass es sich beim Erstellen von Wow-Inhalten, die deine User begeistern, nicht um eine einmalige Aufgabe handelt.

Es ist ein fortlaufender Prozess, der kontinuierliche Bemühungen und Hingabe erfordert.

Es ist wichtig, dass du **deine Zielgruppe verstehst, gründliche Recherchen zu beliebten Themen durchführst, eine klare und überzeugende Gliederung verwendest, in einem ansprechenden Ton schreibst, deine Inhalte für Suchmaschinen optimierst**, sie redigierst und korrekturliest und vor allem immer danach strebst, einen **Mehrwert** zu bieten.

Die Erstellung der Basis-Inhalte braucht Zeit, aber die Ergebnisse sind es mehr als wert!

Du schaffst das!

Marco & Barbara

Ressourcen

Hier sind Links zu einigen Ressourcen, die dir helfen werden:

Coaching:

<https://businesserfolg.de/>

Conversion SEO:

<https://businesserfolg.de/conversion-seo>

Interaktiver Leitfaden für Digital Marketing:

<https://businesserfolg.de/>

Strategie- und TechTALK im inspirierenden Gruppen-Coaching:

<https://businesserfolg.de/workshop/academy/>