

Vorwort	VII
1 Grundlagen des Content-Marketings	1
Was ist Content-Marketing?	1
Was bringt Content-Marketing?	5
Was kostet Content-Marketing?	10
Das »Lean-Prinzip« im Content-Marketing	12
2 Voraussetzungen für Content-Marketing	15
Strategische Grundlagen	15
Die Denke.	28
Organisatorische und technische Voraussetzungen.	35
Checkliste: Bereit fürs Content-Marketing?	57
3 Content richtig produzieren	59
Inhalte nach dem Lean-Prinzip entwickeln	59
Formate für das Content-Marketing	63
Content-Planung: mit den richtigen Inhalten begeistern	98
Inhalte selbst erstellen oder erstellen lassen?	103
Wie Sie überzeugenden Content schaffen	111
Fremde Inhalte nutzen	125
Content-Management und -Recycling	130
4 Content erfolgreich vermarkten	139
Distributionskanäle im Überblick	140
Eigene Medien (Owned Media)	141
Verdiente Medien (Earned Media)	167
Bezahlte Medien (Paid Media)	186
Medienkonvergenz: Kanäle richtig kombinieren	193

5	Content im Kaufprozess	197
	Der richtige Content zur richtigen Zeit	197
	Interesse wecken	205
	Leads für Ihren Vertrieb generieren	211
	Onboarding und Kundenbindung	224
	Gamification: Kaufentscheidungen spielerisch fördern	229
6	Schlank starten: Fahrplan für die ersten sechs Monate	235
	Was Sie benötigen	235
	Wie Ihre ersten Schritte aussehen können	236
	Was Sie beachten sollten	237
7	Trends im Content-Marketing	239
	Automatisierung im Content-Marketing	239
	Datengetriebenes Content-Marketing	258
	Künstliche Intelligenz im Content-Marketing	266
	Glossar	275
	Endnoten	283
	Index	301