

6.3 Die Reputation mit Content gestalten

6.4 Die Retention/Loyalität Ihrer Kunden stärken

6.5 Den Return on Investment (ROI) Ihrer Kreation maximieren

6.6 Die eigenen Ziele verbindlich formulieren und motivierend kommunizieren – die SMART-Methode

6.7 Praktischer Umgang mit Zielen

7 Mit der Persona zur besseren Zielgruppe –

Communitys aufbauen und pflegen

7.1 Kreieren Sie Content für Ihre Community

7.2 Mit Persona fokussieren – hören Sie auf zu raten, was Ihre Community wirklich braucht

7.3 Formulieren Sie eine inspirierende Persona

7.4 Grundregeln und erste Hilfe für die Persona-Erstellung

7.5 Communitys managen – keine Frage des Ob, sondern des Wie

8 Insights – finden Sie Themen, die Menschen bewegen

8.1 Was macht einen guten Insight aus?

8.2 Warum ein guter Insight Menschen bewegt

8.3 Warum ein guter Insight Ihre Content-Kreation erfolgreicher macht

8.4 Fünf Schritte zu einem überzeugenden und inspirierenden Insight

8.5 Ein Fallbeispiel: Sainsbury's –
Werbung, die sich nützlich macht

8.6 Vier grundlegende
Recherchetechniken, mit denen Sie
Insights auf die Schliche kommen

8.6.1 Zuhören

8.6.2 Zusehen

8.6.3 Analysieren

8.6.4 Forschen und Recherchieren

8.6.5 Fehler, die Sie auf der Suche
nach Insights vermeiden sollten

9 Customer Journey – die
Reise des Kunden
verstehen und mit Inhalten
begleiten

9.1 Was ist eine Customer Journey?

9.2 Vorsicht vor der alten Schule – die AIDA-Formel und der Purchase Funnel

9.3 Die Consumer Decision Journey – ein Plan für die Content-Kreation

9.4 Das Relevant Set – denken Sie die Phase vor der Consideration mit

9.5 Die menschliche Krise als Chance für Ihren Content

9.6 Content-Konzeption mit der Heldenreise – lassen Sie sich