



CONTENT KOMPASS

Nie wieder verlaufen - mit dem Content Kompass



1

Ziel setzen

Welches Marketing- oder Unternehmensziel willst du mit dem Inhalt erreichen?

- ☐ Verkaufen
- ☐ Expertise zeigen
- ☐ Inspirieren
- ☐ Kreativität ausleben

2

So what?

Was denken deine LeserInnen über das Thema? Welche Fragen haben sie und welche Antworten erwarten sie?

3

Keywords

Suchen Menschen bei Google und Co. nach diesem Thema? Welche Webseiten tauchen in den Suchergebnissen auf?

4

Daten

Gibt es zu dem Thema unabhängige Daten oder Studien, die du einbauen kannst? Optimal ist eine Mischung aus eigener Erfahrung und Geschichten und Daten, auf die du dich beziehst.

5

Content Format wählen

Was ist das passende **Format** für den Inhalt?

- ☐ Blogartikel
- ☐ Case Study
- ☐ Website Text
- ☐ Checkliste
- ☐ Whitepaper
- ☐ ...

Welche Elemente brauche ich, damit der Inhalt einzigartig ist?

- ☐ Texte
- ☐ Bilder & Grafiken
- ☐ Infografik
- ☐ Icons
- ☐ Video
- ☐ Illustrationen

6

Erster Entwurf

Schreib deinen ersten hässlichen Entwurf und kotz einfach alles aus, was zu dem Thema passt. Achte nicht auf Grammatik oder Rechtschreibung.

7

Geh spazieren

Geh eine Runde um den Block oder eine Runde Laufen. Oder mach etwas ganz anderes, um Abstand zu gewinnen.



CONTENT KOMPASS

Nie wieder verlaufen - mit dem Content Kompass



8

Zweiter Entwurf

Schreib deinen zweiten Entwurf mit frischen Augen.

9

Dritter Entwurf

Schreibe diesen Entwurf "gemeinsam" mit einer Leserin. Denk dabei an eine konkrete Person oder eine deiner Personas.

10

Deine Stimme

Füge jetzt deine Stimme, deinen Stil und deinen Humor hinzu. Falls es eine Tone of Voice gibt, füge sie ein.

11

Titel & Überschrift

Lege den Titel und Überschriften des Inhaltes fest.

Für Inhalte, die bei Suchmaschinen gefunden werden sollen, sollte das Keyword im Titel und in 1-2 Überschriften vorkommen

12

KI Tool

Lass deinen Inhalt jetzt von einem KI-Tool deiner Wahl auf Grammatik und Rechtschreibung checken. Überprüfe zudem, ob es noch weitere Informationen gibt, die du deinem Inhalt hinzufügen kannst.

13

RedakteurIn

Lass deinen Inhalt von einer/ einem Redakteurin/Redakteur oder Jemandem, der mit dem Thema vertraut ist, lesen.

14

Laut vorlesen

Lies dir den Inhalt selbst laut vor. Gibt es noch Stolperstellen?

15

Eyescanning

Sind im Inhalt genug Überschriften, Zitate, Grafiken und Bilder eingebaut? Ist der Inhalt für Scrolling optimiert?

16

Veröffentlichen

Vorher nochmal checken, ob der Call-to-Action auch ausreichend prominent ist.