



Katja Groß
menschen | mitarbeiter | marketing

Modebegriff oder geht es nicht ohne?

CONTENT MARKETING

**Neue Wege der Geschäftskommunikation
im Web 3.0**

Die klassische Werbung stirbt aus



Katja Groß

- 2005 – Gründung Werbeagentur gannica
- 2011 – Umbenennung in MANOVO
- 2011 – Gewinn des Marketing Award
- 2013 – Platz 14 – Top Werbeagenturen S.-H.
- 2015 – Verkauf der Werbeagentur MANOVO

Heute:

**Kommunikationscoach im Bereich
Positionierungsmarketing & Mitarbeitermarketing**

Menschen | Mitarbeiter | Marketing



Kommunikationsverhalten heute

PRO TAG

- 5000 Botschaften
- 100 E-Mails
- 30 Telefonate
- 35 Minuten Werbung
- 80 mal zum Handy greifen

Kommunikationsverhalten morgen

Pepper



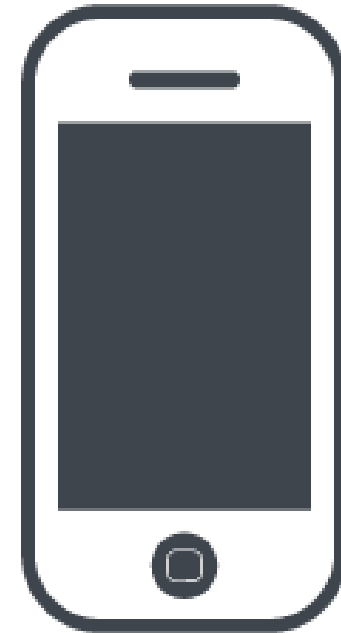
„Meiner bescheidenen Meinung nach ist dieses Modell nicht sehr schmeichelhaft für Ihre Figur.“

World of Mouth – WEB 3.0

Die Zukunft gehört der **mobilen Kommunikation** zu möglichst geringen Kosten sowie zu einer **gesamten Neukonzipierung von Werbung**, die nicht nur immer einfach bessere **Mausfallen** für die Kunden aufstellt, sondern tatsächlich **Werte** generiert.

Gerd Leonhard

Optimaler Streuungseffekt



Content Marketing | 5 Fundamente

5 Kunde wird Mitgestalter

4 Bindung zum Produkt/Marke

3 Hochwertiger Content

2 Mobile Technik

1 Zielgruppe & Produkt/DL

- 1.0 Eingleisiges Einbahnstraßendenken
- 2.0 Zweigleisiges Einbahnstraßendenken
- 3.0 Zweigleisige Interaktion

**Kunden sind die besten
Entwicklungsberater**

Ihre Zielgruppe

Wer interessiert sich dafür?

- Bisherige Zielgruppen – Soziale Schicht, Sprache
- Zielorte – Anfahrtswege – Gewohnheiten – Hindernisse
- Mitbewerber – Kundenmagnete – Märkte – Feste
- Regionale Besonderheiten Aktionen, Irritationen, Animositäten

Zielgruppe



Pflegekräfte sind halt so
23 Std. · 🌐

Wer da keine gute Laune bekommt, dem ist nicht mehr zu helfen *schubiduh...tschalala lalala schu biduh * 😊

<http://www.pflegeanstalt.com/als-die-enkelin-ihre-oma-bei-.../>



Als die Enkelin ihre OMA bei DIESER AKTION filmt, hätte sie nie damit gerechnet, dass die ganze...

Ich kann es nur immer und immer wieder sagen, wenn ich einmal alt bin, dann hoffe ich, dass ich so fit und so fröhlich bin wie diese alte Dame. Denn mal...

PFLEGEANSTALT.COM | VON ADMIN

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen



Zahnarztpraxis Grotegerd hat 4 neue Fotos hinzugefügt.
23. Oktober um 14:12 · 🌐



Tada, willkommen in Zimmer No 4, unserem neuen Strandzimmer! 😊



👍 Gefällt mir

💬 Kommentieren

➦ Teilen



Zahnarztpraxis Grotegerd

7. Oktober · 🌐

Na, hört Ihr schon die Weihnachtsglöckchen? Wir finden, Gesundheit zu verschenken und ein strahlendes Lächeln noch dazu, ist immer eine gute Idee. Ab sofort gibt es bei uns in der Praxis Gutscheine für die professionelle Zahnreinigung zum "Fest"-Preis von 70 €. Einzulösen im gesamten Jahr 2016. Unsere Zahnfeen freuen sich schon auf Euch. 😊



Content Strategie

2

Entwicklung eines
geführten
Besucherweges

CONVERSION

Wen führen wir zu
welcher Aktion?
„Call To Action“

3

Kundenwunsch
Kundenbefragung,
Marktanalyse

NUTZEN

Wofür interessieren
sich die Kunden? Was
ist der Nutzen für sie?

1

Unternehmens- und
Marketing-Strategie

ZIELE

Welche
strategischen Ziele
verfolgen wir? Was
ist der Nutzen für
uns?

4

DIE STORY

Was ist das Thema?
Wie aktivieren wir
Menschen?

Marke, Social Brand,
Positionierung

Ihre Ziele

1

Unternehmens- und
Marketing-Strategie

ZIELE

Welche
strategischen Ziele
verfolgen wir? Was
ist der Nutzen für
uns?

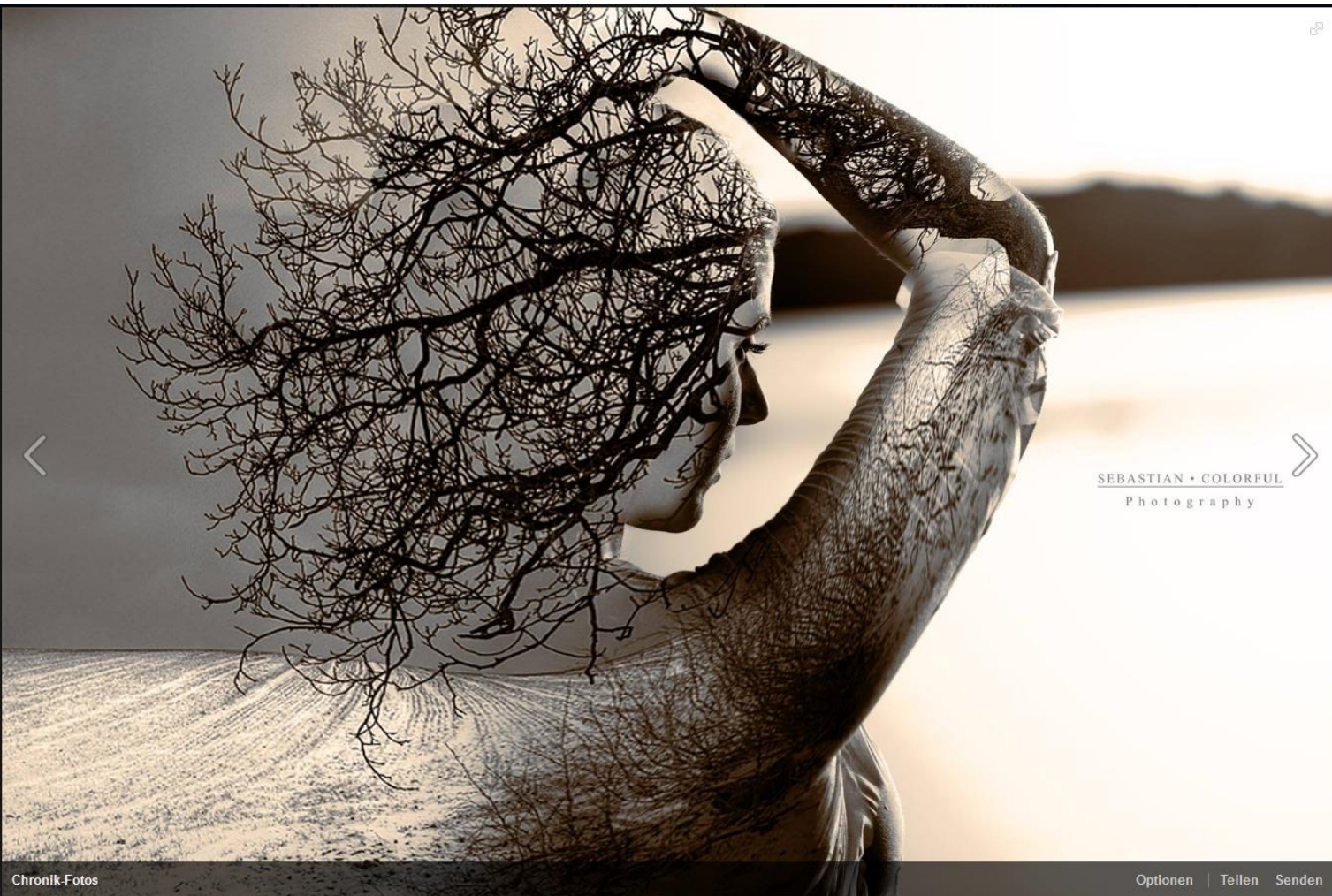
Facebook und Xing

- Brauche ich wirklich eine Facebookseite?
- Wie professionell muss ich Xing aufbauen?
- Wieviel Zeit darf ich am Tag damit verbringen?
- Wie oft muss ich was posten?
- Wieviel Geld muss ich investieren?
- Wie professionell muss alles wirken?



SOCIAL MEDIA

BERÜHMT ZU SEIN
AUF FACEBOOK, IST
GENAU SO WIE REICH
ZU SEIN BEI
MONOPOLY.



SEBASTIAN • COLORFUL
Photography



Sebastian • Colorful Fotografie Lübeck

Seite gefällt dir · 7. Oktober ·

Einen wunderschönen guten Abend ! 😊
Heute stelle ich euch mal was neues von mir vor!

Was haltet ihr davon?
Mehr davon oder eher nicht?

Ich persönlich finde es sehr interessant und ich glaube ich würde da noch einige Bilder in der Form umsetzen wollen... — mit Lizz Lee

Gefällt mir nicht mehr · Kommentieren · Teilen

Dir und 875 weiteren Personen gefällt das. Chronologisch

79 Mal geteilt

Vorherige Kommentare anzeigen 6 von 104

...mehr davon! 😊
Gefällt mir · Antworten · 12. Oktober um 13:55

Toll
Gefällt mir · Antworten · 12. Oktober um 15:51

Wow, große Klasse, alle Daumen hoch 🙌🙌🙌
Gefällt mir · Antworten · 12. Oktober um 20:03

Sehr gut gemacht.
Gefällt mir · Antworten · 16. Oktober um 06:52

Mutter Natur 😊
Gefällt mir · Antworten · 16. Oktober um 13:25

Gibt es dazu schon ein tutorial? 😊
Gefällt mir · Antworten · 19. Oktober um 20:28

Schreibe einen Kommentar...

Personen, die du vielleicht kennst Alle anzeigen

11 gemeinsame Freunde
Freundin hinzufügen

Ihre Navigation

2

Entwicklung eines
geführten
Besucherweges

CONVERSION

Wen führen wir zu
welcher Aktion?
„Call To Action“

Wie kann ich eine gute, positive öffentliche Meinung erzeugen?

- Tue Gutes und rede darüber!
 - Pressekonferenz im Sommer/
 - Vortragsveranstaltungen:
 - Sponsoring der Hauptzielgruppe,
 - Identifikation mit gemeinnützigen Werken
- Content Marketing im Social Media: Facebook, Xing, Instagram, LinkedIn, etc
- Konsequente Selbstdarstellung: Was man nicht zeigt – kann man nicht verkaufen!

EINFACH IN DER NUTZUNG

EINFACH

SCHWIERIG

WENIGER

AUFMERKSAMKEIT

MEHR

 SOCIAL MEDIA	 PRESS RELEASE	 AUDIO OR PODCAST	 PODCAST FEED
 BLOG	 ARTICLE OR WHITEPAPER	 MUSIC	 ANIMATION
 IMAGES	 INFOGRAPHIC	 WEBINARS	 TELECLASS OR TELECAST
 SLIDE SHOW	 VIDEO	 APPLICATIONS	 INTERACTIVE GAME



(Bildmaterial: Copyblogger)

Ihr USP

NUTZEN

Wofür interessieren sich die Kunden? Was ist der Nutzen für sie?

Kundenwunsch
Kundenbefragung,
Marktanalyse

3

Wie Sie sich von der Konkurrenz abheben

- Ist es innovativ, aufmerksamkeitsstark, berührend?
- Passt es zu uns?
- Stärkt es unsere Reputation?
- Ist es empfehlenswert?
- Bin ich darin Experte und weiß es jemand?
- Sorgt es fürs „Drüberreden“?



SOCIAL MEDIA



IMAGES

HAST DU UM 3 FEIERABEND?





SOCIAL MEDIA

EGGERT

Schnurloser Duschkopf



VIA KUHNERT.TV

- Weltneuheit
- Einfach aufschrauben und los
- Kabelloser Duschspaß in der ganzen Wohnung

👍 Gefällt mir

➦ Teilen



IMAGES

Ihre Verpackung

DIE STORY

Was ist das Thema?
Wie aktivieren wir
Menschen?

Marke, Social Brand,
Positionierung

4

Wie erzähle ich die Geschichte?

- Bietet die Story nützliche Informationen?
- Enthält sie weiterbringendes Wissen?
- Enthält sie anziehende Unterhaltung?
- Schärft sie das Markenprofil
- Demonstriert sie unsere Kompetenzen durch entsprechende Inhalte?
- Weckt sie Bedürfnisse und erfüllt diese auch?

In diesen Kopfschmerz-Fällen zum Arzt gehen |
Mindener Tageblatt - Gesundheit aktuell
www.mt.de

Gefällt mir Kommentieren Teilen

WUNDERWEIB
14 Min. · 🌐

Du musst jeden Tag nur DIESE EINE Sache machen und
deine Figur bleibt schlank! 😊



Wenn du das jeden Tag machst, bleibt deine Figur
super
wunderweib.de

8 „Gefällt mir“-Angaben

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Pascal Voggenhuber
1 Std. · 🌐

Geniesst alle den Tag 😊 . Das Zitat gefällt mir gut 😊



Entdecken Sie unsere Social Media Kampagne



ANNY & DANIEL #ONEKNITONELOVE
Persönliche Geschichten.
Besondere Momente.
Ein gemeinsames Gefühl.

MEHR ERFAHREN

Mit ausgewählten Paaren durch den Herbst.

EINE BESONDERS PERSÖNLICHE SOCIAL MEDIA KAMPAGNE. UNTER DEM MOTTO „ONE KNIT. ONE LOVE.“ GEBEN DIE PÄRCHEN SPANNENDE EINBLICKE IN INTIME MOMENTE IHRER BEZIEHUNG.



03 / **Lara & Lennard** / Grafikerin & Radio Moderator

Lara: Grafikerin. Freigeist. Malerin. Sieht ihrer Schwester zum verwechseln ähnlich. Altbauwohnung. Zeichnet auf dem Boden. Galerie Besucherin. Arbeitet mit dunklen Farbnuancen. Trägt alle Farben des Regenbogens. Letzte Reise: Florenz. Regelmäßige Handyverliererin. Ist gerne mal nicht mobil erreichbar. Genießt Momente lieber offline als online. Aber mit Musik im Ohr: Debussy, Chopin, Rock 'n Roll.

Lennard: DJ und Radio Moderator. Dreht Dokumentarfilme. Letzte Reise: Roadtrip durch kurdische Dörfer. Realist. Schätzt Ehrlichkeit. Intensiv. Liebt Ursprünglichkeit. Bedacht Tradition am Leben zu halten. Auch in seinem persönlichen Stil. Impulsives Durcheinander.

“Von außen sehen wir stark aus, haben aber beide einen sehr weichen Kern. Es ist wie bei einem Strick-Piece – wirkt auf den ersten Blick grob und

schwer, überrascht mit seiner Weichheit. Es ist eben der zweite Blick der zählt.”

Content Marketing - Umsetzung

6

Einbindung in sonstige
Kommunikations-
maßnahmen

KANÄLE

Welche Kanäle nutzen wir?
Wie sieht die
Gesamtarchitektur aus?“

7

Umfrage, Service &
Support, Call-Center

DIALOG

Wie organisieren wir
den Dialog? Welche
Werkzeuge nutzen wir?

5

Content schreiben,
Inhalte kreieren

CONTENT

Wie füllen wir die
Story aus? Wie
organisieren wir die
Redaktion?

8

PROMOTION

Wie bauen wir unser
Netzwerk auf?

Werbung, Presse, SEO,
Kampagnen, Blog, ...

Kunden finden und binden

- Spannend
- Laufend frisch
- Gut gemacht
- Der Zielgruppe entgegenkommend
- Interessante Gestaltung
- Regelmäßige Abstände

Ihr Produkt

Was habe ich Besonderes/Einzigartiges anzubieten?

- Beschaffung (neue Märkte Materialien, Techniken)
- Produktion (Serie, Fluss ohne Störung, Rundlauf)
- Mitarbeiter (Motivation, Einbeziehung, Belohnung)
- Trend (Gesundheit, Mode, Flexibilität, Status)
- Service (Hotline, 24H-Service, Garantie, Notfall, Bring-Service)

Ihr Produkt - Beispiel



Ihr Produkt - Beispiel



JüRS GmbH - Der Collisionsspezialist
Gepostet von Michael Scharnberg [?] · 27. Februar · 🌐

Und nicht nur das Preis- Leistungsverhältnis ist freundlich, Ihr müsst erst einmal unser Personal kennenlernen

WIR SPIELEN NICHT MIT IHREM GELD.



DAFÜR SORGT UNSER FREUNDLICHES PREIS- LEISTUNGSVERHÄLTNIS.

www.juers-lackiererei.de | JüRS GmbH - Der Collisionsspezialist

JÜRS
Ihr Meisterbetrieb für
Karosserie-Instandsetzung und Lackierung

DER COLLISIONSSPEZIALIST

UNSER SERVICE FÜR SIE:

- Fahrzeuglackierung
- Unfallinstandsetzung
- Oldtimerlackierung

24Std. NOTRUF
0451 / 89 22 18

265 erreichte Personen

Beitrag bewerten

Ihr Produkt - Beispiel

 **JüRS GmbH - Der Collisionsspezialist** hat ein neues Foto hinzugefügt.
Gepostet von Michael Scharnberg [?] - 20. Februar



JÜRS
Ihr Meisterbetrieb für
Karosserie-Instandsetzung und Lackierung

DER COLLISIONSSPEZIALIST

UNSER SERVICE FÜR SIE:

- Fahrzeuglackierung
- Unfallinstandsetzung
- Oldtimerlackierung

24Std. NOTRUF
0451 / 89 22 18

**WIR VERWENDEN NUR HOCHWERTIGE
UND UMWELTFREUNDLICHE
MATERIALIEN**

www.juers-lackiererei.de | JüRS GmbH - Der Collisionsspezialist

188 erreichte Personen [Beitrag bewerben](#)

WEB 3.0 | Content Marketing

(anders)
informieren

inszenieren

aktivieren

involvieren

integrieren

co-kreieren

innovieren

Katja Groß
menschen | mitarbeiter | marketing

Lillienkuhl 17
23617 Stockelsdorf

mobil 0173 8367066
mail katja@ichbingross.de
web ichbingross.de

