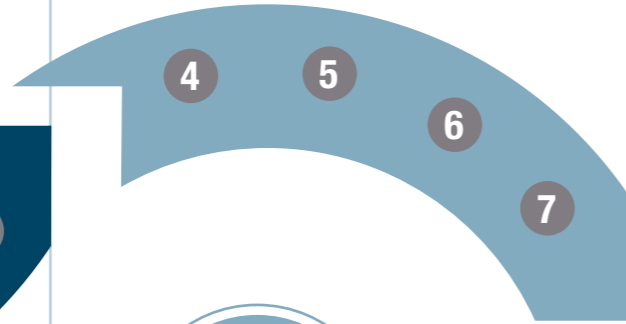


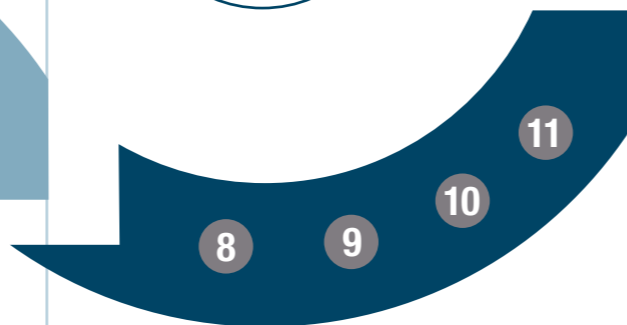
Ist-Analyse

- 1 Ausgangssituation / Herausforderung
- 2 Content Audit
- 3 SWOT-Analyse



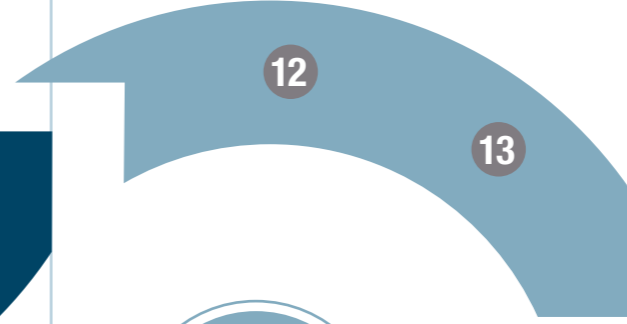
Konzeption

- 4 Definition der kommunikativen Ziele
- 5 Identifikation der Zielgruppen und deren Bedürfnisse (Personas)
- 6 Festlegen der Kernthemen (treffen Expertise, Bedürfnisse, Business-Nutzen)
- 7 Definition der Kernbotschaften und Geschichten (Storytelling)



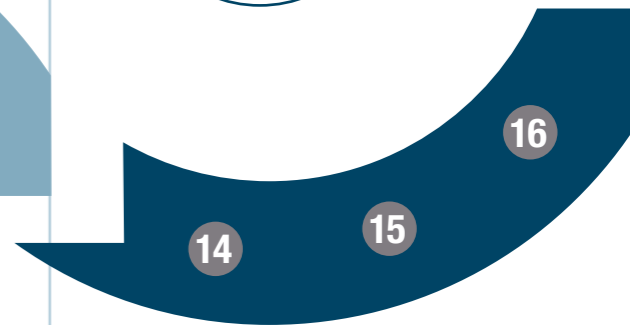
Produktion

- 8 Redaktions- und Themenplanung (inkl. Kanalplanung, Prozesse, Verantwortlichkeiten und Timing)
- 9 Briefing
- 10 Content Creation (analog und digital)
- 11 Grafische und / oder technische Umsetzung



Distribution

- 12 Publishing (integriert, orchestriert, crossmedial)
- 13 Content Promotion (auf Inhalte aufmerksam machen)



Auswertung

- 14 Monitoring / Analyse (z. B. Reichweite, Likes, Shares, Bounce Rate, Backlinks, Dialog, Brand Searches, Abonnenten, Leads, Sales)
- 15 Bewertung
- 16 Kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP), Content Management anhand des Content-Lifecycle