

Übung: Post im Pull-Prinzip

Die einzelnen Schritte

1. Ziel-Definition

Welche Brand- oder Business-Ziele sollen erreicht werden?

2. Persona-Definition

Welche Persona soll angesprochen werden?

3. Phasen-Definition

In welcher Phase der Customer Journey befinden sich die Nutzer/-innen?

4. Content-Definition

Welcher Inhalt in welchem Format passt zum definierten Ziel und ist gleichzeitig relevant für die Nutzer:innen in der identifizierten Journey-Phase?
(Leitthemenauswahl)

5. Kanal-Definition

Welcher Kanal sollte in der identifizierten Journey-Phase mit dem definierten Content bespielt werden?

Ziel (Typ I):

Engagement-Ziele (Likes, Kommentare, Shares, Klicks, Downloads, etc.)

Ziel (Typ II):

Taktische Ziele (zB. Reputationsmanagement, Employer Branding, Brand Positioning, etc.)

Zielgruppe:

Was interessiert die Zielgruppe?

-
-
-
-

Test-Post:

Ziel Beispiele:

Typ 1 - Anklicken

Typ 2 - Reputationsmanagement: "Wir sind Experten. Wir kennen Trends. Wir geben Rat."

Typ 1 - Kommentare

Typ 2 - Personal Branding: "Ich verstehe und leben Veränderung aufgrund meiner individuellen Lebenserfahrung auf besondere Weise"

Zielgruppe Beispiel:

Marketing-Leads (CEO, Marketing + Kommunikationsspezialisten / Bewerber / Mitarbeiter / Journalisten / Wettbewerber)

Interessen Beispiel:

- Business verbessern
- Marketing / Kommunikation verbessern - zeitgemäß machen, nichts verpassen
- Wettbewerbsfähig sein und bleiben
- Performance optimieren
- Prozesse effizienter machen
- Relevant sein und bleiben

Beispiel-Post:

Kommunikation in 2022 zeitgemäß gestalten: Sechs relevante Erfolgsfaktoren für Unternehmenskommunikation - knackig verpackt, zum kostenlosen Download. Von ganzheitlicher Kommunikation über Corporate Ambassadors zum Metaverse: Profitieren Sie vom Wissen unserer Digitalexpert/-innen für Ihre Kommunikationsstrategie 2022.
#digitaltrends #2022 #unternehmenskommunikation #kommunikationsstrategie #kommunikationstrends