



CO

N

TE

NT

m a r k e t i n g

**Inbount-Marketing - Kriterien für erfolgreichen Content**







## Sales-Suckers

### Whitepaper

Egal ob in Form eines White-Papers, einer Studie, eines Blog-Beitrages, eines Social Media Postings, oder als Artikel in Fachportalen. **Der Nutzen und die Relevanz des Contents entscheiden immer darüber, ob es gelingt, einen potenziellen Kunden überhaupt zu erreichen.**

Neben dem Informationsgehalt und der Relevanz gibt es noch einige **Kriterien**, auf die man beim **Verfassen der Inhalte** ein besonderes Augenmerk legen sollte.

# Kriterien für erfolgreichen Content zur Lead-Generierung



#### lesbar

- ☐ journalistisch, lebendiger Schreibstil
- ☐ abwechslungsreiche Gestaltung / modularer Content-Aufbau
- ☐ Piktogramme, logisches Layout
- ☐ Checklisten oder Bullet-Points statt ständigem Fließtext



#### verständlich

- ☐ adressatenorientiert, je nach Bildungsstand/Bedürfnissen der Zielgruppe aufbereitet (z.B. kurze Videos für junge Zielgruppe)
- ☐ ausführlichere und trotzdem kurze, prägnante Sätze



#### handlungsrelevant

- ☐ Content sollte umsetzungsnah sein und Anschluss zur Praxis der Zielgruppe bieten
- ☐ Calls to Action in allen Content-Assets, z.B. Kontaktaufnahme zum Verkauf, Social Sharing, Newsletter-Anmeldung,...
- ☐ Links zu thematisch passenden, eigenen Inhalten bieten



#### auffindbar

- ☐ Suchmaschinenoptimierung nach aktueller Best Practice d.h. Keyword-orientiert geschrieben
- ☐ Keyword-orientierte (Zwischen-)Überschriften
- ☐ Korrekte Meta-Daten
- ☐ Inhalt (vielseitig verlinkt)

