

Pressemitteilung

Oberhausen, 18. Dezember 2018

move:elevator steht für erfolgreiches Content Marketing

Content Marketing ist das Buzzword der Stunde, doch die wenigsten wissen wie erfolgreiches Content Marketing wirklich funktioniert. Die Full-Service-Agentur move:elevator hat sich auf die Ausarbeitung von Content-Marketing-Strategien spezialisiert und unterschiedliche Bausteine für ihre Kunden im Angebot.

Content Marketing stellt den Nutzer in den Fokus

Content Marketing ist eines der Marketing-Schlagwörter der letzten Jahre. Für move:elevator ist das aber schon seit Unternehmensgründung Teil der DNA, denn bei der Full-Service-Agentur hat vor über 18 Jahren bereits alles mit starkem Content für Kundenmagazine begonnen. Mareike Schütterle, Digital Consultant bei move:elevator: „Jeder Content, der keine Reaktion bei der Zielgruppe auslöst, wurde umsonst produziert. Das heißt im Klartext: Man darf seine Unternehmensmeldungen und Botschaften nicht danach ausrichten, was das Unternehmen interessiert, sondern was für die Nutzer und Empfänger eine echte Relevanz hat.“ Die große Frage: Wie kommt man zur richtigen Content-Marketing-Strategie? Erklärtermaßen fällt es den meisten Unternehmen schwer herauszufinden, was die Nutzer wirklich begeistert. Deswegen hat move:elevator einen Baukasten entwickelt, mit dem Unternehmen zielgerichtet erarbeiten können, was die Kunden wirklich abholt. Und hierbei ist es egal, ob Content für Kundenmagazine, Websites oder Social Media erstellt werden soll. Der Fokus von move:elevator liegt hier insbesondere auf der crossmedialen Ausrichtung der Content-Strategie.

Personas greifen tiefer als Zielgruppen

Kernbestandteil des strategischen Content Marketings ist die zielgerichtete Entwicklung von Personas gemeinsam mit dem Kunden. Dazu Mareike Schütterle: „Wir bei move:elevator raten unseren Kunden zu Beginn der Zusammenarbeit zur

gemeinsamen Durchführung eines Workshops. Dieser dauert in der Regel nur circa einen halben Tag und ist ein wichtiger Baustein für die richtige strategische Ausrichtung. Wichtig ist uns hierbei, dass wir unterschiedliche Stakeholder aus Marketing, Vertrieb und Produktentwicklung in dem Workshop mit ihren Bedürfnissen und ihrem Input gleichermaßen abholen. Erst dann ist für jeden ersichtlich, was die Inhalte der Content-Marketing-Strategie sein sollen.“

Ziel der Workshops ist es, die relevanten Zielgruppen genau kennenzulernen und zu Personas weiterzuentwickeln. Je genauer die User Stories, Herangehensweisen und Erwartungshaltungen der einzelnen Personas entlang der Customer Journey verstanden werden, desto gezielter können relevante Inhalte erstellt werden. Denn Relevanz für den Nutzer entsteht erst dann, wenn sich seine persönlichen Bedürfnisse mit den Angeboten und somit dem Content des Unternehmens überschneiden.

Bis zu 10.000 Werbebotschaften täglich

Jeden Tag werden potenzielle Kunden mit bis zu 10.000 Werbebotschaften konfrontiert. Mareike Schütterle: „User werden also regelrecht überschwemmt – mit Inhalten, die sie zum Großteil gar nicht wahrnehmen. Dies steht im direkten Widerspruch zur eigentlichen Motivation der User. Denn sie nutzen zum Beispiel das Netz, um unterhalten zu werden, sich zu informieren und etwas zu kaufen. Und da setzen wir von move:elevator strategisch an.“ Circa 80 Prozent aller potenziellen Kunden informieren sich online, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. Kurz: Die meisten User wissen, was sie wollen – und vor allem, was sie nicht wollen. Hierzu Mareike Schütterle: „Personas sind konkret. Sie haben Name, Alter, familiären und beruflichen Kontext und vor allem aussagekräftige Eigenschaften – je präziser die Charaktere herausgearbeitet werden desto besser. Wir wollen sie richtig kennenlernen. Ihre Stärken, Interessen und Gewohnheiten, aber auch ihre Sorgen, Ängste und Herausforderungen. Die Definition der Zielgruppe ist häufig aus Unternehmensperspektive entwickelt. Content Marketing stellt den Nutzer in den Fokus. Wir lernen, wie unsere Personas handeln, denken, was ihre Ziele, Bedürfnisse und Motivationen sind. So können wir ihnen zum richtigen Zeitpunkt und an der richtigen Stelle relevante Inhalte zur Verfügung stellen. Denn genau das macht gutes Content Marketing aus.“

Über move:elevator

Die Full-Service-Agentur move:elevator bietet ihren Kunden das gesamte Leistungsspektrum der integrierten Kommunikation. Zum Portfolio der Agentur mit den Standorten Oberhausen, Berlin, München und Dresden zählen Print- und digitale Kommunikation, Direktmarketing, PR und Bewegtbildkommunikation sowie Dienstleistungen im Bereich Events, Promotion, Merchandising und POS-Logistik. move:elevator beschäftigt mehr als 200 Mitarbeiter und generierte im Jahr 2017 einen Umsatz von 29 Millionen Euro.

www.move-elevator.de

Pressekontakt

move:elevator
Nicole Nawrath
Media Relations Manager
Telefon: 0208 377 11 250
nin@move-elevator.de