

The Creative Content Group

fA

Content Marketing & CMS

From Buzzword-Bingo
to real Impact

Hamburch, 20.11.2017

fischer**Appelt**

Definition

Typical German

Content-Marketing

(Weitergeleitet von [Content Marketing](#))

Content-Marketing ist eine [Marketing](#)-Technik, die mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten die [Zielgruppe](#) ansprechen soll, um sie vom eigenen [Unternehmen](#) und seinem Leistungsangebot oder einer eigenen Marke zu überzeugen und sie als [Kunden zu gewinnen](#) oder [zu halten](#).



Typical German

Content Marketing – die Definition des CMF:

- Content Marketing ist als Unternehmens-, Marken-, Produkt- und Mitarbeiterkommunikation getrieben von relevanten, redaktionellen Inhalten.
- Content Marketing nutzt alle verfügbaren Medienkanäle wie Print, Video, Mobile und Online – jeweils einzeln und in crossmedialen Mediensystemen.
- Content Marketing entfaltet messbare Wirkung entlang der gesamten Customer Journey und in der Internen Kommunikation. Die Kommunikationseffekte reichen von der Steigerung des Bekanntheitsgrades über Imagepflege und Kundenbindung bis hin zur Neukundengewinnung und dem Auslösen unmittelbarer Kaufimpulse.

Con

(Weiterg

Content

Unterneh

Mission Statement

Content First

Die Fokusgruppe Content Marketing im BVDW ist ein Zusammenschluss aus führenden Agenturen, Marken, Publishern und Kommunikationsdienstleistern, die an inhaltliche Markenführung glauben. Nach dem Credo "Content First" entwickeln ihre Mitglieder reichweitenstarke Angebote, die das gesamte Spektrum der Content- Wertschöpfungskette abdecken. Die Fokusgruppe versteht sich als Meinungs- und Wortführer bei allen Fragen rund um das Thema Content Marketing. Gemeinsam setzen sich die Mitglieder für branchenübergreifende Standards, höchste Qualitätsanforderungen und eine nachhaltige Professionalisierung des Themas ein.

Mit relevanten Inhalten zum Erfolg

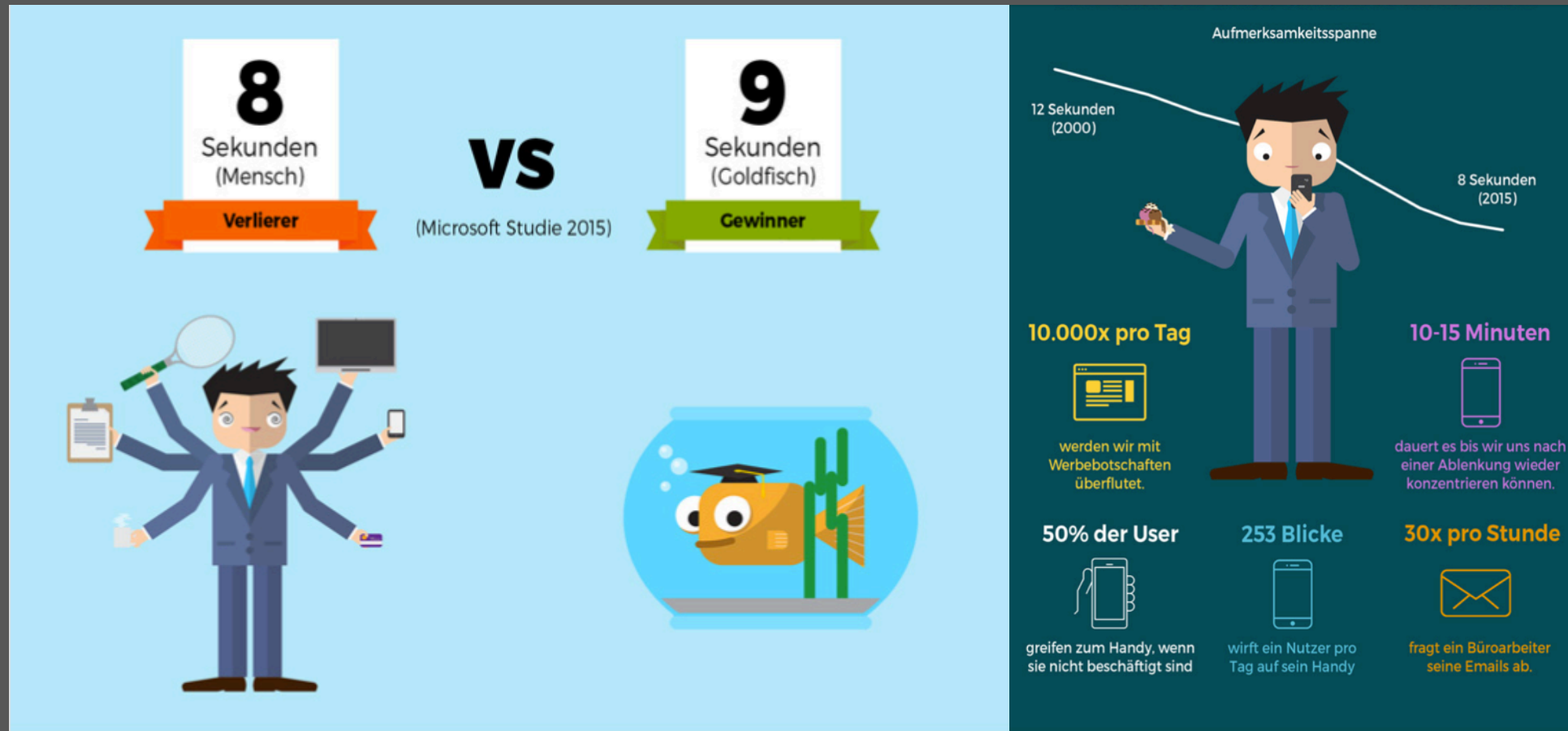
Unser Versprechen: Wir wollen Menschen, die Marken ihre Aufmerksamkeit schenken, relevante Inhalte anbieten. Mit Kreativität und dem gezielten Einsatz von Technologie entwickeln wir herausragende Kommunikationslösungen, die Nutzen stiften, unterhalten, überzeugen und begeistern. Wir verstehen Content Marketing ganzheitlich, kanalübergreifend und crossmedial – nicht fokussiert auf eine Disziplin oder Mediengattung. Durch echte Mehrwerte helfen wir Werbungtreibenden dabei, ihre Ziele zu erreichen und Konsumenten, bestmögliche Entscheidungen zu treffen.

Appreciation for Attention

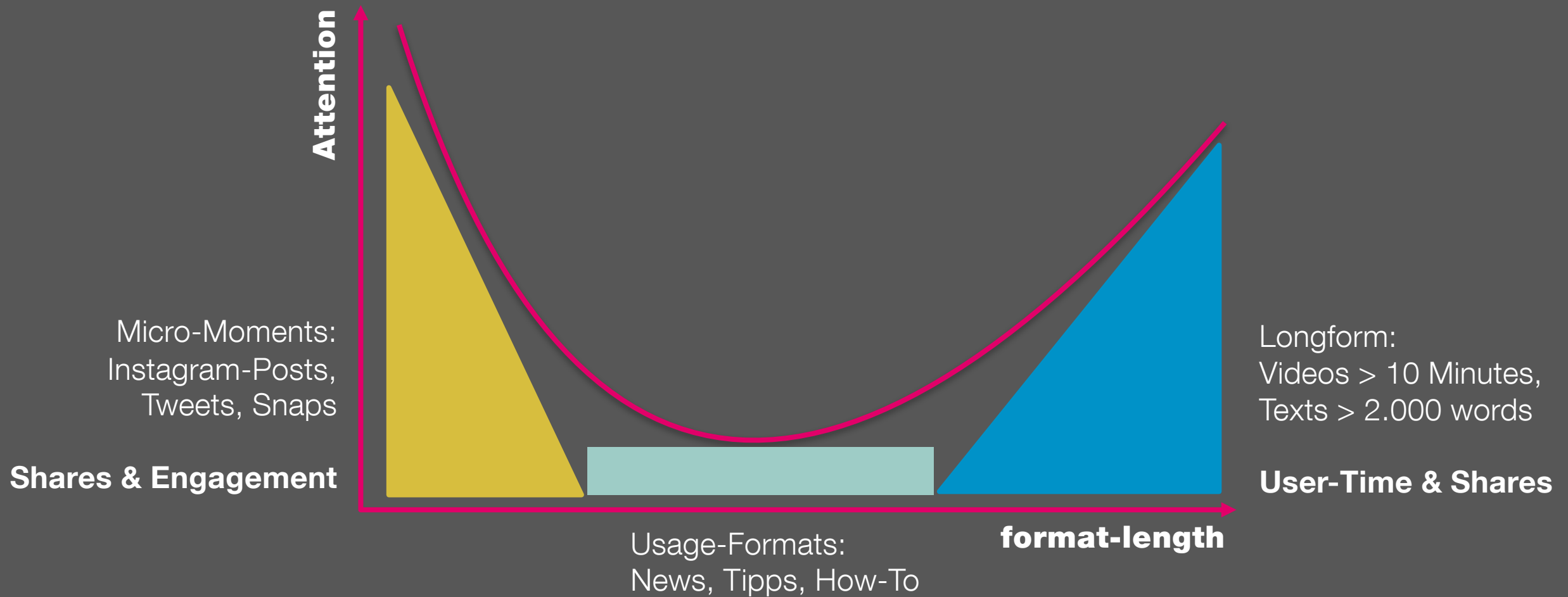
Already Acting Like Publishers



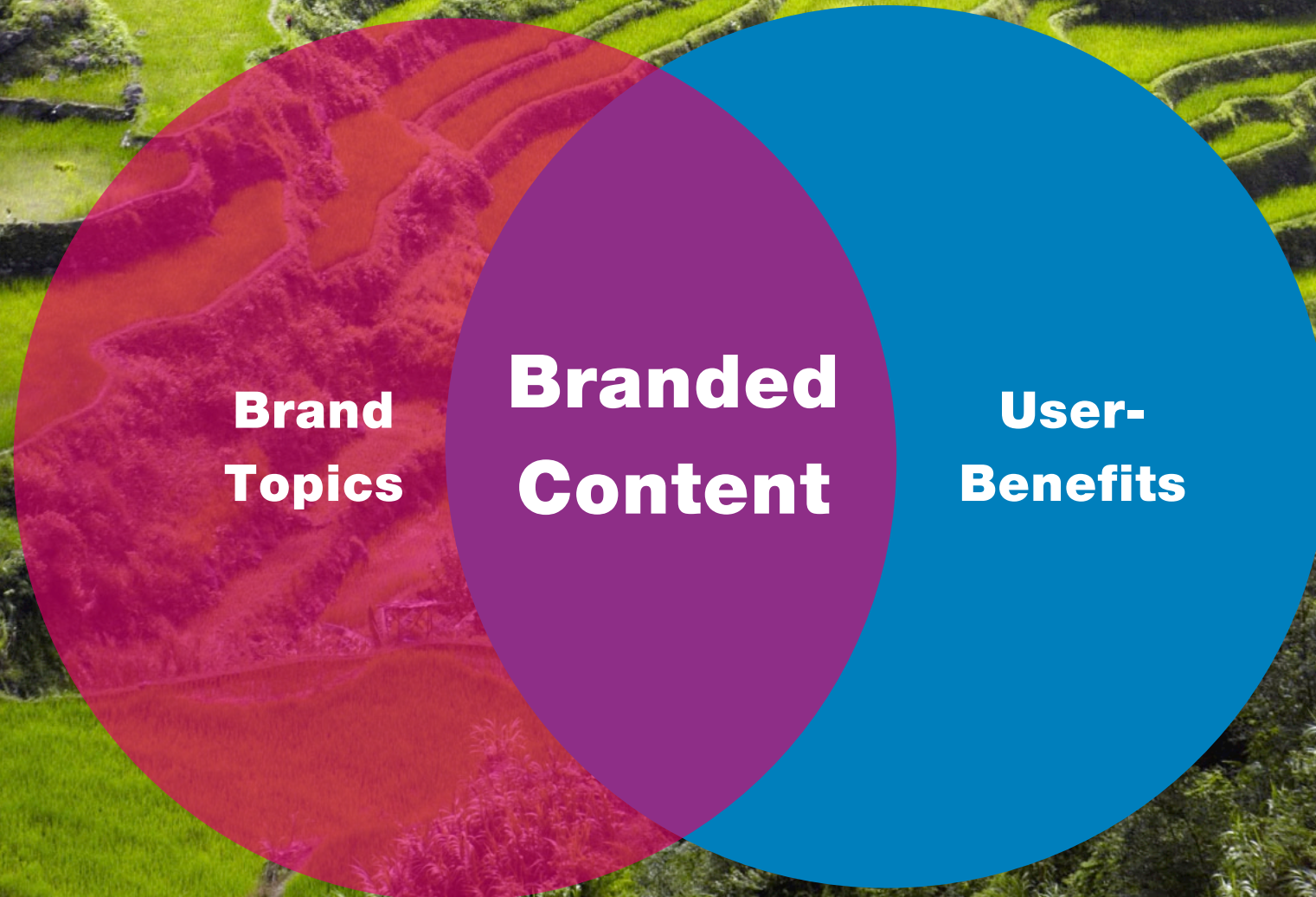
What about your users



Different Moments of Truth



So be aware of your user's needs



Why?

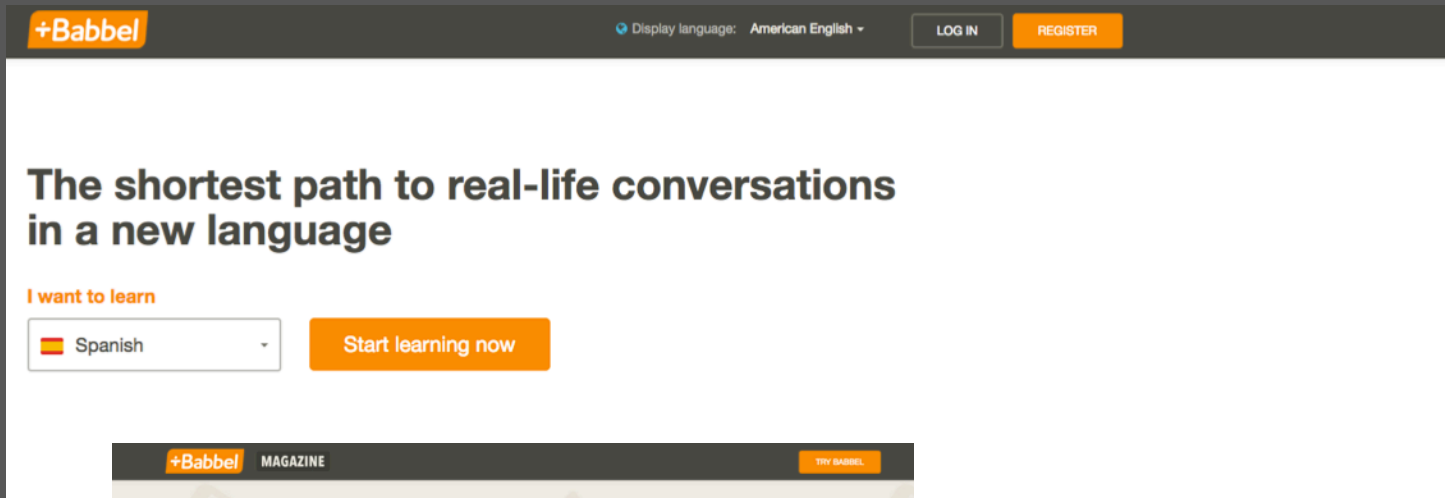
**There is
a Content
Divident**

100€ Blogpost worth 50.000 €

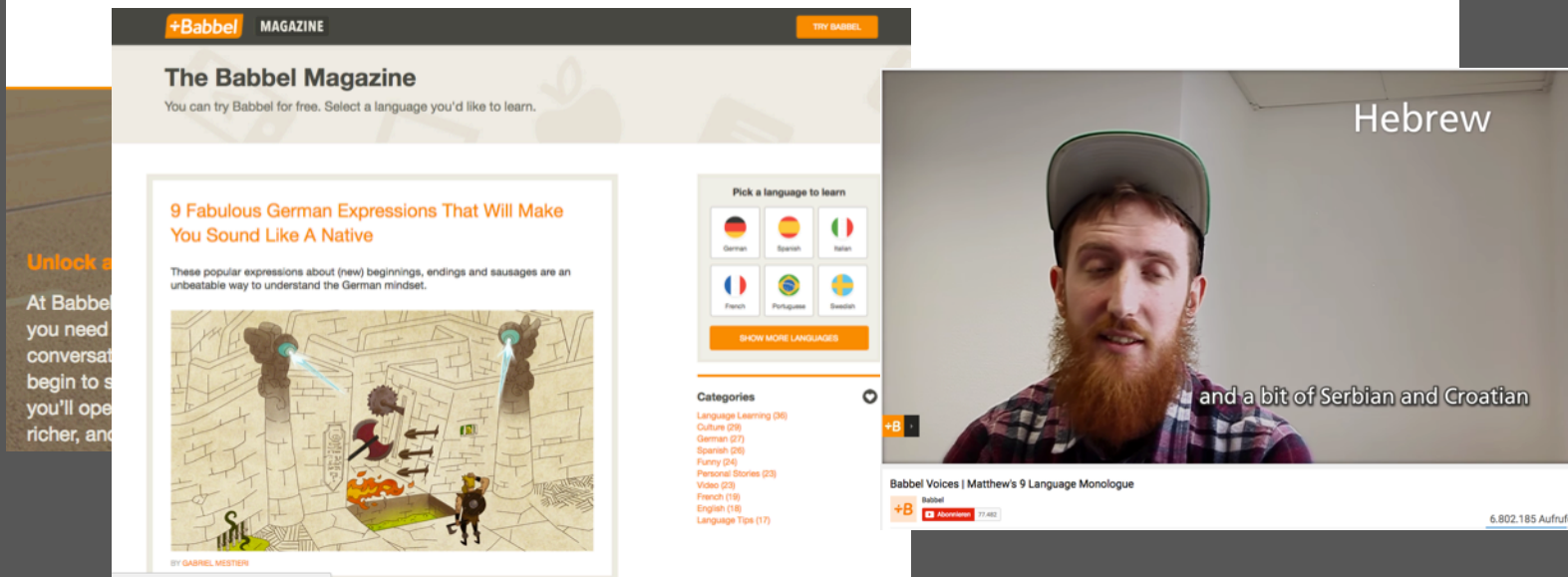
The screenshot shows the KellyMom.com website. The main content area features a blog post titled "Toddlers do wean..." with a date of 12.11.2008 circled in red. The post is reprinted with permission from the author and describes the author's experience with nursing their daughter, Jenna, for 2 years. Below the main content, there are links to related articles: "LLL | FAQ on Weaning the Older Nursling" (dated 12.11.2008) and "Weaning Toddler: 5 Easy & Natural Tips - Mama Natural". At the bottom, another link "Toddlers do wean... • KellyMom.com" is shown with a date of 28.07.2011 circled in red.

- „wean a toddler“ 2 out of 3 Top Scores (25% of all clicks) are simple Blog-Posts, which haven't been changed for the last 5-8 years
- Estimated Traffic: 75.000 Visits.
- Estimated Media-Equivalent: 56.200 €. / month
- Estimated production costs 100€

Content Marketing & languages



- 1 Mio monthly paying app users (5-10€)
- Completely performance driven
- Shift from SEM & Display to Storytelling
- Digital Magazine as a hub with Content-Recommendations drive 25% of the traffic
- More efficient than Display



■ DIE ■ REKRUTEN

DEINE GRUNDAUSBILDUNG ALS WEBSERIE



Bundeswehr
Wir. Dienen. Deutschland.

MYVAN.COM





It's so much fun



POWERED BY
Mercedes-Benz Sprinter 4x4

<https://www.myvan.com/life/sports/sprinter-4x4-alpine-soccer/>







POWERED BY
Mercedes-Benz Sprinter 4x4

25 Mio Views / Media Coverage

Deutsche Bahn – editorial sales

[bahn.de](#) | [Reise & Services](#) | [Angebotsberatung](#) | [Suchen auf bahn.de](#)

 [Inside Bahn](#) [Themen](#) [DB Navigator](#) [Service-Community](#)  




Überblick: Der Ideenzug von DB Regio

Mehr dazu

© Deutsche Bahn/ Uwe Miethe

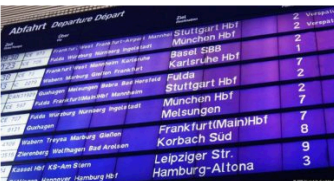
Die neuesten Artikel auf [inside.bahn.de](#)



Was passiert mit meiner Sitzplatzreservierung, wenn ich erst bei einer späteren Haltestelle zusteige?


Zur Service-Community

Frage der Woche aus unserer Service-Community
Fragen & Antworten rund ums Bahnfahren.




Züge, Strecken & Bahnhöfe

Fahrplanwechsel: Der neue Winterfahrplan 2017/2018
Wir erklären alle Änderungen zum Fahrplanwechsel am 10. Dezember 2017.




Abseits der Schiene

BahnCard: Verloren, Verlängern, Upgraden
Die wichtigsten BahnCard-Regeln im Überblick.



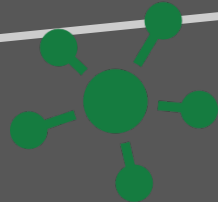
Technik & Hintergrund

ICE 582 München Hbf – Hamburg Hbf Hamburg-Altona



Züge, Strecken & Bahnhöfe

Deutsche Bahn – editorial sales



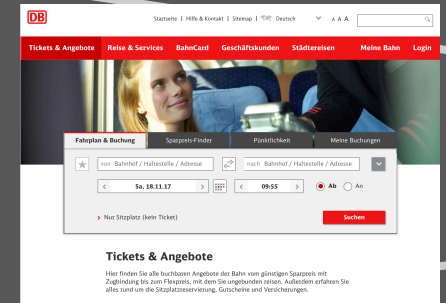
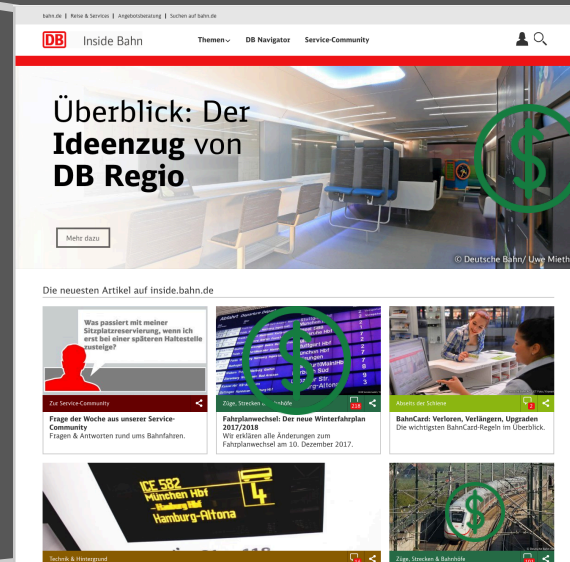
Reach



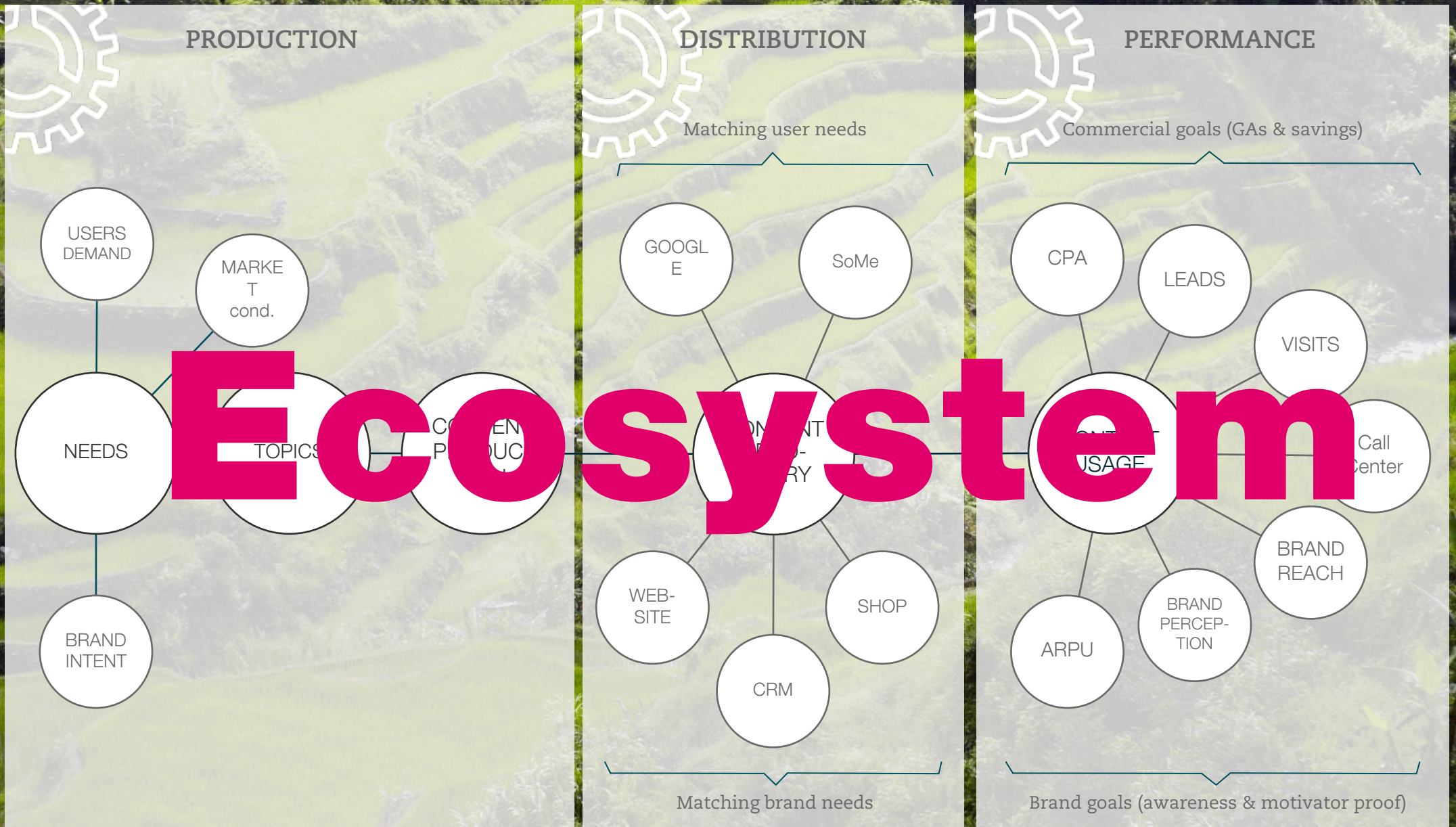
Engagement



Sales / CPA

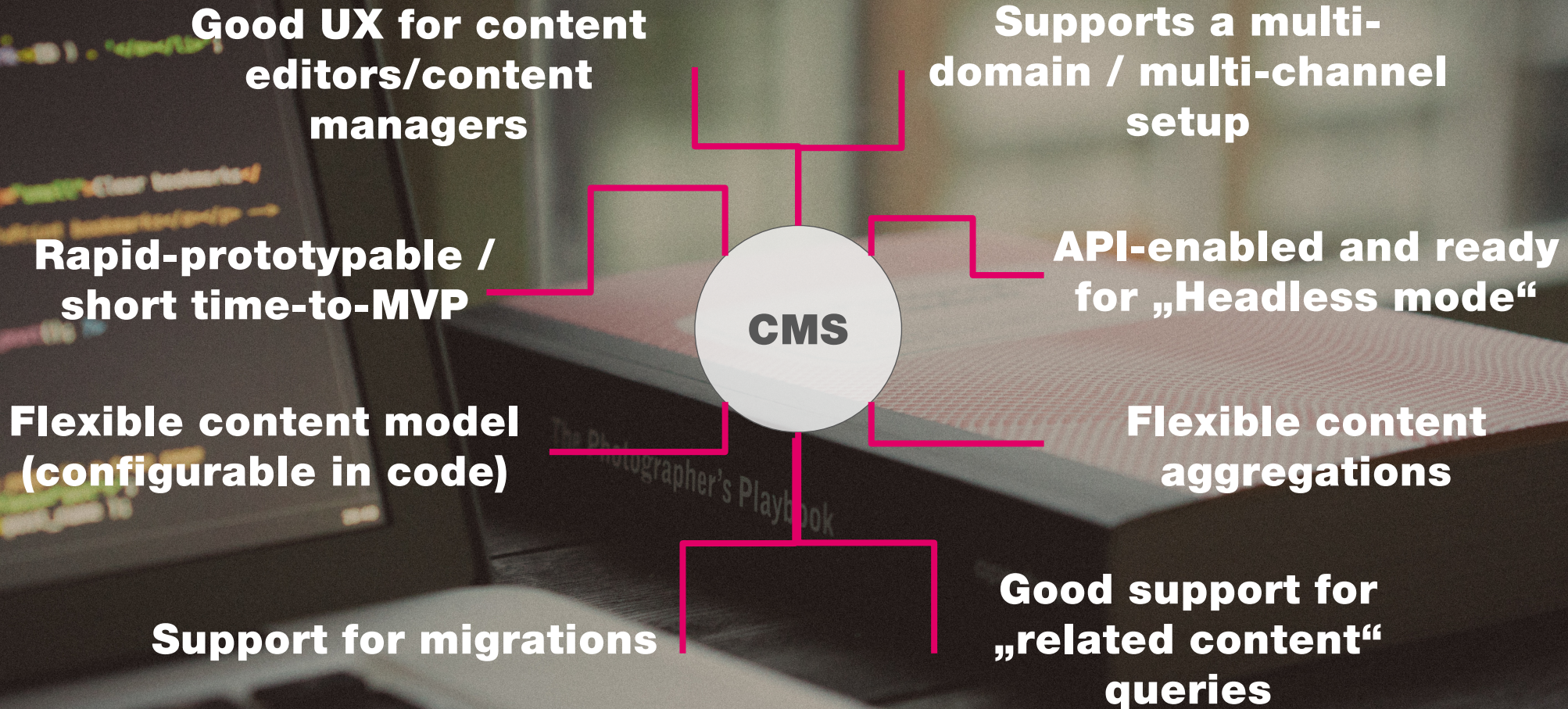


What we need



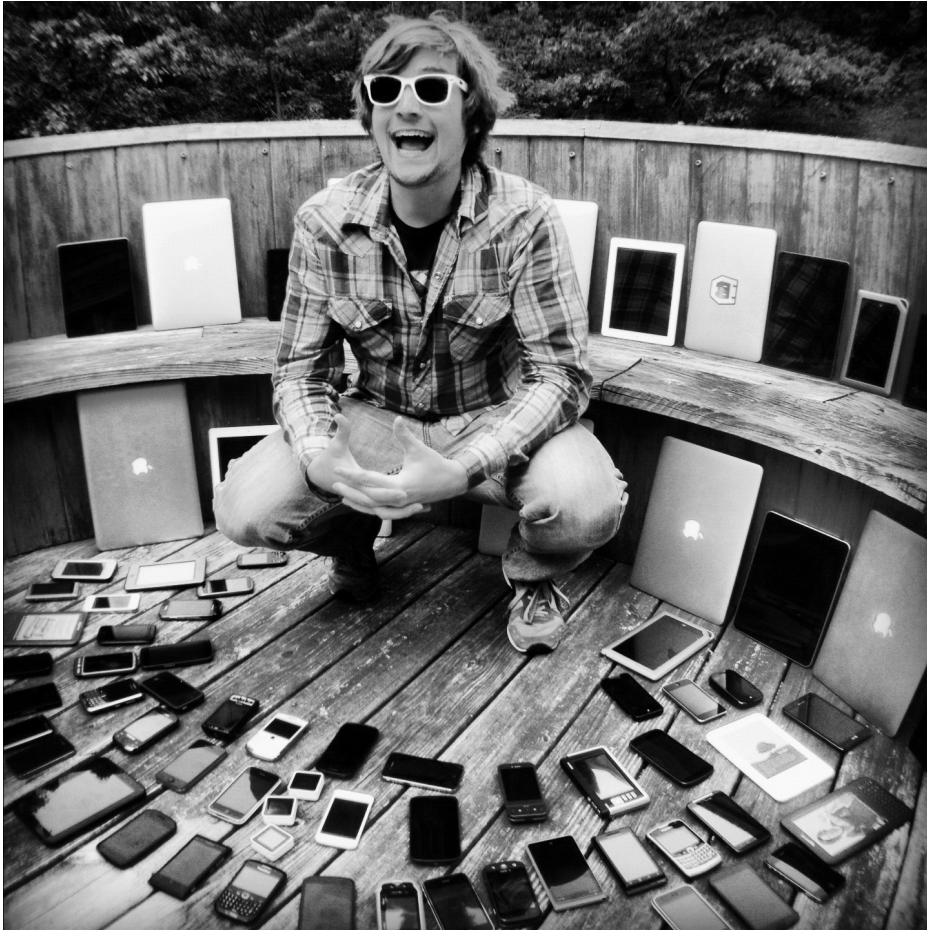
Talking about CMS

Requirements - In a Nutshell

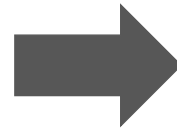


But...

Are CMS's ready for the next shift?



From RWD



to Digital Ecosystem

Mobile First? That's old news

**How will my Website sound
when Alexa reads it?**

**I'd like to reuse these slideshows on
my company's intranet blog. I don't
want to build them twice, you know.**

**How will it look on my
grandmother's Smart TV?**

**How can I reuse these articles
for a fair booth presentation?**

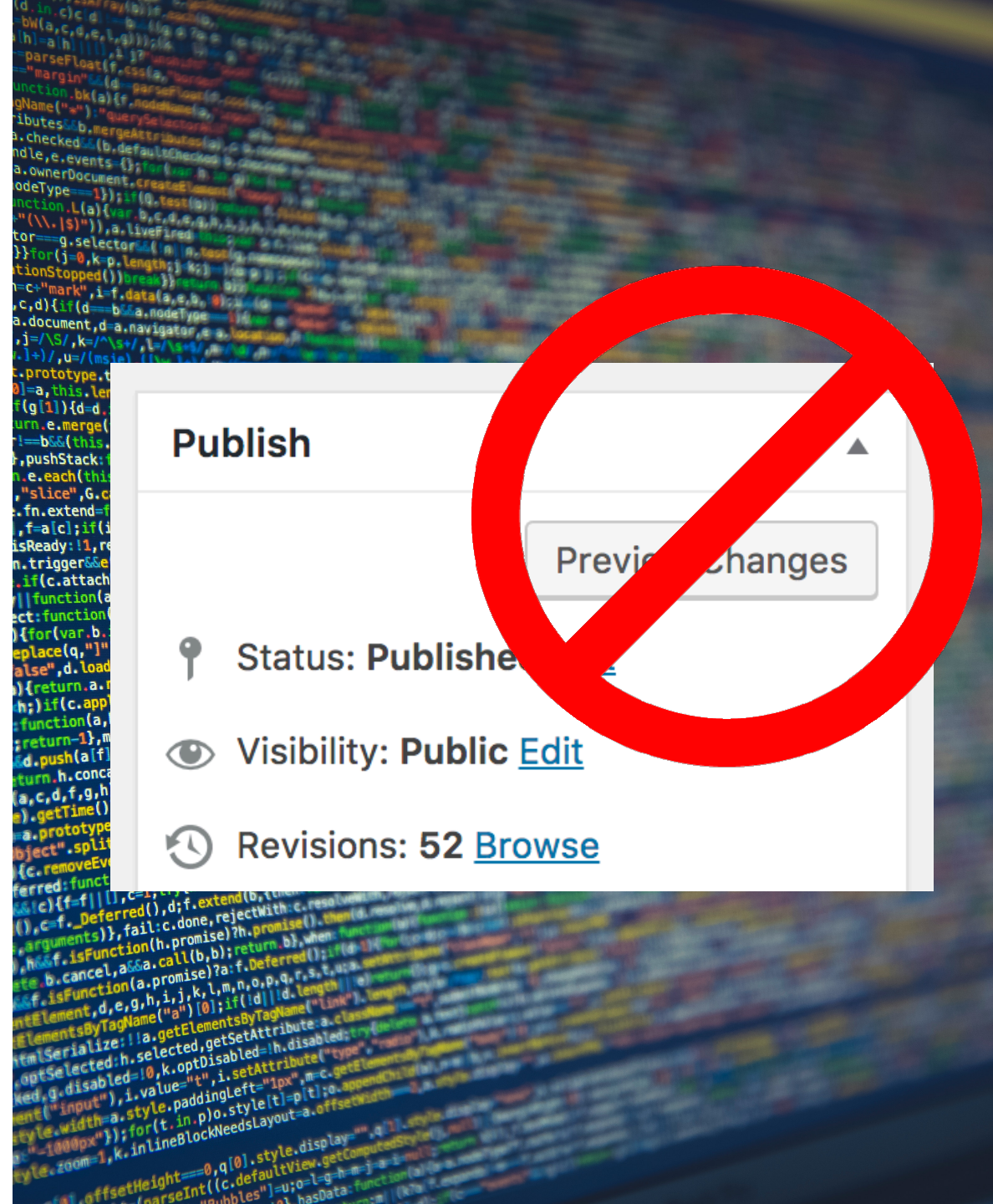
**I want to feature exactly that pullquote
in a Facebook Instant Article, can't I?**



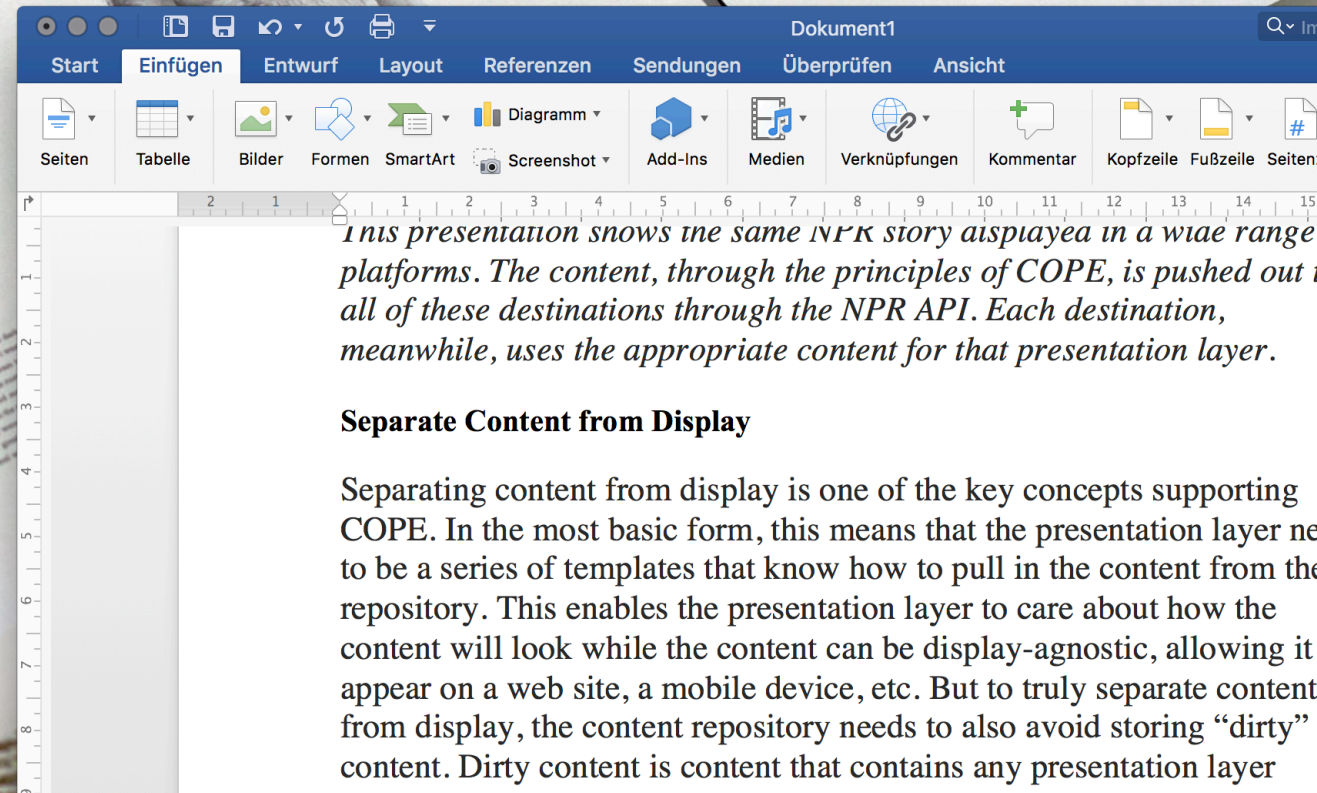
Content First

No „pages“ anymore

- CMS's should be build around the semantics of the content
- Visual representations don't matter
- How will your content look in the future?



Adjust the tool to the content...



This presentation shows the same NPR story displayed in a wide range of platforms. The content, through the principles of COPE, is pushed out to all of these destinations through the NPR API. Each destination, meanwhile, uses the appropriate content for that presentation layer.

Separate Content from Display

Separating content from display is one of the key concepts supporting COPE. In the most basic form, this means that the presentation layer needs to be a series of templates that know how to pull in the content from the repository. This enables the presentation layer to care about how the content will look while the content can be display-agnostic, allowing it to appear on a web site, a mobile device, etc. But to truly separate content from display, the content repository needs to also avoid storing “dirty” content. Dirty content is content that contains any presentation layer

... not the content to the tool

[Home](#) [My Workbench](#) [Dashboard](#) [Inhalt](#) [Struktur](#) [Design](#) [Benutzer](#) [Module](#) [Konfiguration](#) [Stifterverband Tools](#) [Berichte](#) [Hilfe](#) [Meine Entwürfe](#) [Überprüfung erforderlich](#) Hallo **admin** [Abmelden](#)

Startseite » [Wissenschaften](#) » [Wissenschaften](#)

Artikel bearbeiten: [Wissenschaften in der Wissenschaft?](#) [+](#)

VERÖFFENTLICHTE VERSION

NEUER ENTWURF

MODERIEREN

GRANT

✓ This document is now locked against simultaneous editing.

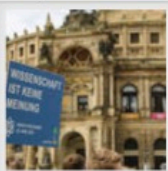
Titel *

Intro module

No Paragraphs added yet. Select a Paragraph type and press the button below to add one.

Add new Paragraph

Image



Entfernen

Bearbeiten

march for Science Dresden

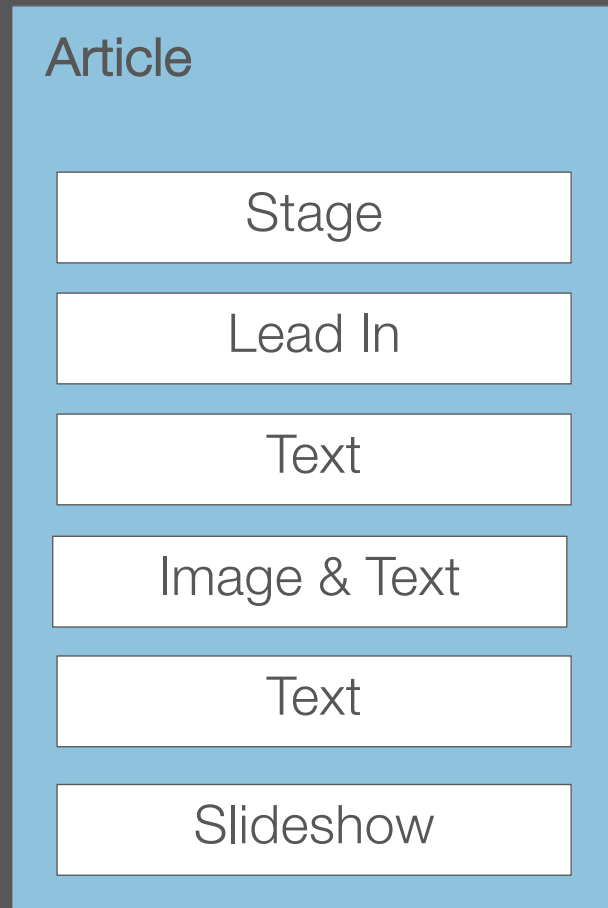
Video ID

optionales Headervideo

Video Caption

„Component Stacking“

A CMS is not a design tool

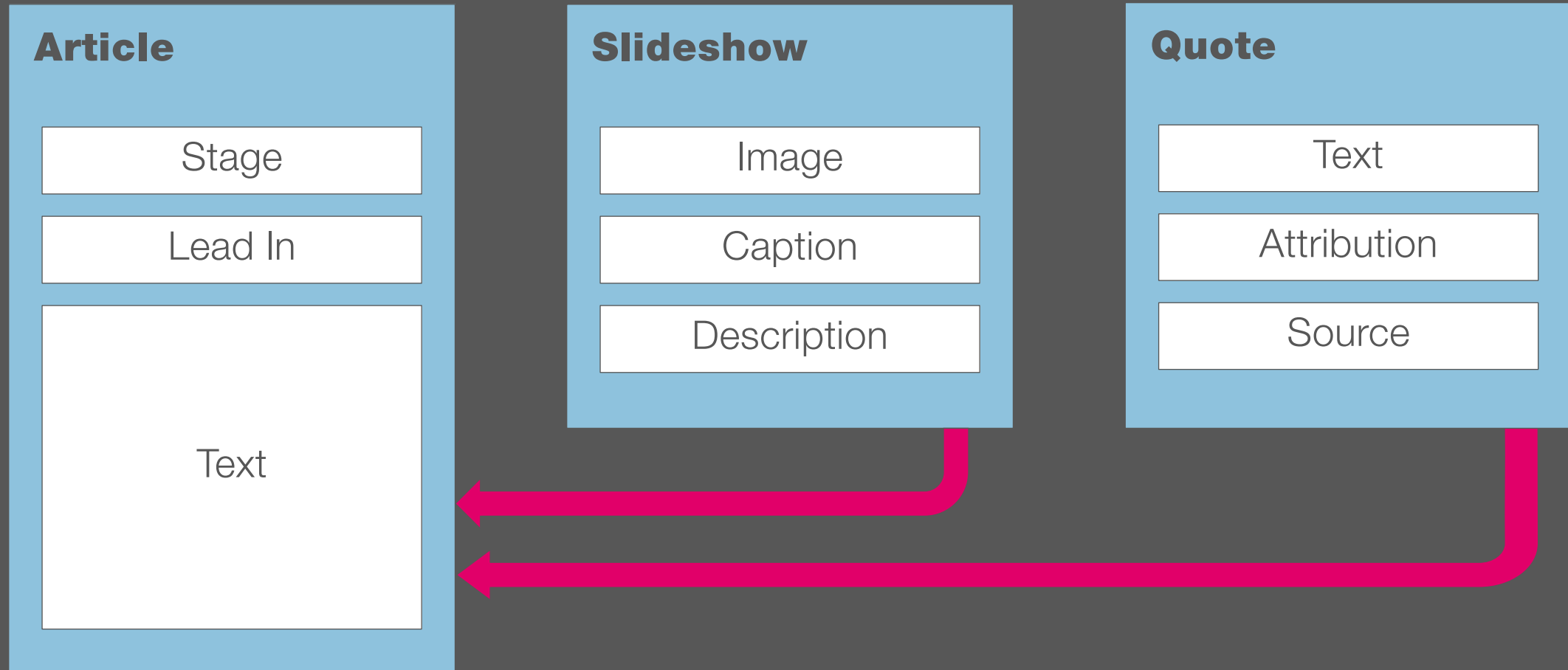


I want to feature exactly that pullquote in a Facebook Instant Article, can't I?

„I'd like to reuse these slideshows on my company's intranet blog.“

Keep content pieces separate

A CMS is about semantics



Content Management != Design

Does the editor really *need* a tool for designing individual web pages?

A good mechanism for *embedding & connecting* pieces of content is needed.

How granular must content be stored to save it from *decay*?

How can users and authors *discover* related content in a complex inventory?

The „*channel*“ figures out visual representation of content (eg. a blogpost, a page on my corporate site, a tweet, news for Alexa)



Collaborate

Fail better

Have fun!

Let us create together great impact !

Contact:



Patrick Edvard Lithander
Director Business Development
+49 30 726146-994
pel@fischerappelt.de



Alexander Dobbert
Technical Director
+ 49 40 432948-92
adobbert@fork.de

www.fischerappelt.de

