

Wann ist Content wirklich gut? Die 11-Punkte-Prüfliste

Merken Sie, wie Unternehmen Sie verführen wollen? Das ist Werbung.

Content ist raffinierter: Das Unternehmen verwöhnt Sie mit neuem Wissen und Fakten und guter Unterhaltung. Sie erhalten Mehrwert ohne direkte Verkaufsabsicht.

Wirkt dieser Mehrwert exklusiv und wie persönlich auf Sie abgestimmt, dann geniessen Sie bereits wirklich guten Content.

Nutzen Sie diese Checkliste, wenn Sie selbst herausragende Content Informationen erstellen wollen:

1. Sind Thema, Texte und Bilder auf die primäre Zielgruppe abgestimmt	
2. Sind verständlichkeitsfördernde Formate eingesetzt wie Video, Bilder, Audio	
3. Verfügen die Basisidee und die einzelnen Content Informationen über ausreichend Substanz	
4. Strukturieren Headline, Lead, Aufzählungen und Bildlegenden den Inhalt Sinn machend	
5. Lesen sich die Texte einfach und vergnüglich	
6. Ist die Sprache der Information in aktivem Verbalstil gehalten	
7. Ist der Mehrwert exklusiv, attraktiv und wird als solcher wahrgenommen	
8. Ist der Content inhaltlich und technisch auf die Suchmaschinen abgestimmt – ohne Abstriche zu machen bezüglich Lesbarkeit, Keyword-Dichte, Hashtags, Bilder-/Text-Tags, Header-1-Überschriften	
9. Vermitteln Orthografie und Grammatik die Werte Ihres Unternehmens	
10. Lässt sich die Content-Information interaktiv nutzen – liken, kommentieren, teilen	
11. Wurde der Beitrag personalisiert, um die virale Verbreitung zu fördern	