

ZIELE

AKTIVITÄTEN

ERGEBNISSE

	→ Define Target and Target Group ↻	→ Derive Relevant Topics ↻	→ Define Formate and Structure ↻	→ Derive KPIs	→ Development of Communication Strategy	→ Utilize Potential
Setup Project	Define Target and Target Group ↻	Derive Relevant Topics ↻	Define Formate and Structure ↻	Derive KPIs	Development of Communication Strategy	Utilize Potential
ZIELE	Motivation des Auftraggebers klären Notwendige Ressourcen und Kompetenzen definieren Medium »verstehen« Gemeinsames Verständnis sicherstellen	Themen finden, welche spannend sind, Relevanz und Mehrwert für die Zielgruppe besitzen und gleichzeitig aus der Strategie abgeleitet werden bzw. darauf einzahlen	Format und Struktur entwickeln	Definition individueller, aus den Zielen abgeleiteter KPIs	Entwicklung einer individuellen, auf Ziele und Zielgruppe abgestimmten Reichweitenstrategie	Das Potenzial vorhandener und zukünftiger Inhalte voll ausschöpfen
AKTIVITÄTEN	Check der Vision-Mission-Werte Check Stakeholder, Herausforderungen Check Unternehmens-, Marketing- und Kommunikationsstrategie Check Markensteuerrad Check Brand Identity Prism Definition Relevanz, Mehrwert, Problemlösung für wen? Fixierung individueller, realistischer und messbarer Ziele Erstellung Avatar und Check Audio Affinität Definition und Einordnung in die Customer Journey (Experience) Journey Zielgruppenkenntnis aufbauen (Customer Needs)	360 Grad Check Extern (Interessen Stakeholder) vs. Intern (Wissen im Unternehmen) durchführen Struktur / Oberbegriffe / Cluster bilden (visualisieren) Überprüfung der Ergebnisse anhand 9 Faktoren Notwendige Content Cluster mit vorhandenem Content abgleichen SEO/Keyword durchführen	Zielgruppencheck (Formate, Länge) Cover (CI/CD), Titel Host vs. Positionierung Voice Definition/ Corporate Goals Dauer und Frequenz Definition CTA Ursache / Wirkung / Dramaturgie Thema und Story Storytelling Prinzipien / Geschichten – Muss / Lust/ Erlebnis liefern / Themen-denke ist keine Geschichte / Emotionen / handelnde Person, Ziel, Widerstand / Bigger Idea / Erzählsatz – Basis für alle / geht nicht um Recherche Ergebnisse! Pretests durchführen	Ableitung, Definition, Kombination und Entwicklung qualitativer und quantitativer Kennzahlen zur individuellen Erfolgsmessung / Zieldefinition / Wirkungsmessung	Welche internen Kommunikationsmittel, Hebel und Möglichkeiten gibt es? Wo und wie kommuniziert/konsumiert die Zielgruppe? Welche externen Kommunikationsmöglichkeiten gibt es? Podcast SEO	Regelmäßiger KPI Check Listening Screening Messen und »nachjustieren« Direkter Austausch mit der Zielgruppe Inhaltliche Anpassung entsprechend des regelmäßigen Check Communitymanagement
ERGEBNISSE	Zielboard Avatar Customer Journey mit Anknüpfungspunkten Customer Needs »Project Pitch I«	Themenboard mit für die Zielgruppe relevante, Mehrwert bietende und aus der Marke/dem Unternehmen abgeleitete Themenideen »Project Pitch II«	Entwicklung eines Formates / einer wiederkehrenden Struktur, welche Vertrauen bei den Hörern schafft »Project Pitch III« mit Storyboard Pretest-Protokolle	Individuelles KPI-Set	Ziel und Zielgruppen-gerechte Reichweitenstrategie	Nachhaltiges, konsistentes Format, welches nachhaltig und positiv auf die Ziele, die Zielgruppe und die Unternehmens-, Marketing- und Kommunikationsstrategie einzahl