

Inhalt

Vorwort	6
1. Wozu wir Content-Marketing brauchen	9
Der wesentliche Unterschied zum alten Marketing	10
Warum das alte Marketing aussterben wird	14
2. Inhalte erzeugen und publizieren	19
Zielperson finden und beschreiben	20
Sprache der Zielperson verstehen	23
Inhalte produzieren	31
Inhalte verteilen und auffindbar machen	39
3. Kontakte ernten	47
Marketing kostet nichts	48
Erst geben, dann nehmen	49
Spannende Zusatzinhalte	53
Technische Möglichkeiten nutzen	58
4. Interessenten filtern	65
Automatisierte Beziehungspflege	66
Konsequent selektieren	70
Vom Ende zum Anfang denken	75

5. Reifen lassen	79
Langfristig verlässlich liefern	80
Interesse hat eine Temperatur	82
Audience ist die Währung im Marketing	85
Die vier Phasen des Content-Marketings	87
Fast Reader	89
Der Autor	94
Weiterführende Literatur	95
Register	96