



© Panthermedia.net/LDFrod

# Nur der richtige Inhalt aktiviert die Kunden

Content ist das Herzstück der digitalen Transformation, und warum Unternehmen gutes Content Marketing benötigen.

## Gastbeitrag

••• Von Tjeerd Brenninkmeijer

**C**ontent Marketing ist schon lange nicht mehr nur eine kurzfristige Rettungsaktion, sondern das Herzstück der digitalen Transformation. Damit steht und fällt der Erfolg eines Unternehmens, wenn es zukünftig konkurrenzfähig sein möchte. Aspekte wie eine begeisternde Customer Experience (CX), eine durchgängi-

ge Customer Journey und hochwertiger Content sind nicht zu unterschätzen. Um ihre größten Ziele erreichen zu können – den Umsatz zu steigern und die Customer Experience zu verbessern –, müssen Unternehmen eine zielgerichtete Content-Strategie erarbeiten und hervorragenden Content publizieren. Nur so gelingt es, am Puls der Zeit zu bleiben und das Herz der Kunden höherschlagen zu lassen.

„Content ist King“ – dieses Credo stimmt nach wie vor. Daher

ist es umso wichtiger, Inhalte bedarfsgerecht aufzubereiten und zu personalisieren. Wenn ein Kunde bei seiner Recherche genau auf den Content stößt, den er sucht, dann ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass er länger auf einer Webseite verweilt und sich dort genauer umsieht. Letztlich hat er dadurch eine bessere Customer Experience.

Um das zu bewerkstelligen, sollten Unternehmen eine entsprechende Software implementieren und integrieren – die

Voraussetzung, um eine Fragmentierung der Customer Experience zu verhindern.

Für viele Kunden ist es inzwischen völlig normal, auf dem Smartphone zu surfen und/oder auf dem Mobilgerät Produkte in den Warenkorb zu legen, um den Kauf später auf der Shop-Website am Tablet oder Desktop-PC bequem abzuschließen.

Im Verlauf ihrer Kundenreise verwenden sie verschiedene Kanäle und Endgeräte. Ein derartiger Cross-Channel-Commerce