

Interview mit Mag. Barbara Geyer-Hayden zum Thema „Mit Content Marketing Kunden erreichen und gewinnen“

Zur Person:

Mag. Barbara Geyer-Hayden ist Expertin für Wissensmanagement. Seit zehn Jahren entwickelt sie Lösungen, damit sich Unternehmen im Umgang mit Wissen Zeit sparen und die Qualität ihrer Inhalte steigern. 2007 hat sie ihr Unternehmen howknow gegründet. Sie arbeitet mit Content Marketing und gibt ihre Erfahrungen weiter.

Was versteht man unter Content Marketing?

Mit guten Inhalten, sogenanntem Content, können sich Unternehmen von anderen unterscheiden und ihre Zielgruppe spezifisch ansprechen. Content Marketing macht sie im Web auffindbar und unterstützt sie bei der Neukundengewinnung.

Warum ist das gerade für junge und nicht so große Unternehmen eine Chance?

Expertinnen und Experten arbeiten personenbezogen. Content Marketing ist eine Chance für alle sichtbar zu werden. Und Qualität kann man besonders im Netz schnell identifizieren. Wichtig ist auch, dass die Persönlichkeit durchschimmert. Es ist ein besonders gutes Tool für Menschen, die sonst nicht sehr laut sind.

Welche Schritte sind beim Content Marketing wichtig?

Zuerst muss ich mir eine Strategie überlegen, welche Inhalte für wen interessant sein können, und wie sie zu meiner Dienstleistung passen. Klassische PR-Regeln sind nicht außer Kraft gesetzt. Die Formate sind nachrangig, ob ich nun einen Blogpost, Powerpoint, Videos oder podcasts mache. Und dann muss ich darauf schauen Follower zu Interessenten und diese zu Kunden zu machen?

Wie sehen Sie den Zeitaufwand?

Ich unterscheide dabei vier Aufgaben. Erstens: fürs Inhalte Erstellen sollte man mit einem halben Tag pro Woche rechnen. Denn zum Beispiel ein Blog muss mit ein bis zwei Inhalten pro Woche gefüllt werden. Zweitens: Um Publikum zu finden und aufzubauen ist der Zeitaufwand in den einzelnen Kanälen sehr unterschiedlich. Bei twitter geht das schneller, bei facebook langsamer. Drittens: ich brauche Zeit mein Publikum zu pflegen. Ich muss teilen und liken. Viertens: Die Analyse ist wichtig und braucht Zeit. Allerdings gibt es schon gute Tools. Ich muss unterscheiden zwischen jenen, die meine Inhalte teilen und jenen die wichtige Kontaktpersonen sind. Beide sind wichtig. Erst nach einem halben Jahr sind wir optimistischer.

Social Media verändert sich schnell. Wie geht man damit um?

Man sollte eine Strategie und einen Plan haben. Für das „wie“ muss man immer offen sein. Netzwerke verändern sich. Und der Weg entwickelt sich. Wichtig ist die Regelmäßigkeit. Es geht darum in Kontakt zu treten, Inhalte zu teilen und Beziehungen aufzubauen.

Kann man diese Arbeit auslagern?

Anfangs ist es sinnvoll sich Beratung und Begleitung zu holen. Für die Strategie und den Aufbau. Als kleines Unternehmen ist es aber wichtig, dass die Persönlichkeit durchkommt. Das Operative muss selbst gemacht werden. Es soll so gestaltet sein, dass es zu einem passt, dass man sich mit den Instrumenten wohlfühlt, damit es leicht von der Hand geht. Wenn ich nicht gerne schreibe aber liebend gerne Powerpoint Präsentationen mache, dann teile ich eben diese.

Wie sehen Sie die Verbindung von Wissensmanagement und Content Marketing?

Ein Beispiel: Durch Online Software können heute kleine Unternehmen den Level an Produktivität erreichen, der früher nur für große Unternehmen möglich war. Für 20 Dollar erhält man als EPU ein Customer Relation Management System das E-Mail Verkehr, Newsletter-Analysen und Social Media miteinander verknüpft. Das macht das Identifizieren und in Kontakt Treten mit möglichen Kunden leichter. Insgesamt sehe ich durch Online Zusammenarbeit und webbasierte Arbeit Produktivitätssteigerungen.

Wie sind Sie zu Content Marketing gekommen?

Bevor ich Kinder hatte, dachte ich: Nach der Karenz wird es mit meiner Selbständigkeit so ähnlich weitergehen wie bisher, nur vielleicht mit etwas weniger Zeiteinsatz. Jetzt mit zwei Kleinkindern weiß ich, es wird alles anders. Abendveranstaltungen und externe Termine erfordern plötzlich einen erhöhten Organisationsaufwand, insbesondere wenn frau im Burgenland wohnt. Content Marketing ist für mich die ideale Lösung, um als Unternehmerin weiter erfolgreich zu sein.

Das Interview mit Mag. Geyer-Hayden wurde im Auftrag des WIFI Unternehmensservice der Wirtschaftskammer Österreich, im Anschluss an das Live-Webinar „Mit Content Marketing Kunden erreichen und gewinnen“ am 23.4.2014, durchgeführt.