

Datenblatt – Unterschied Content vs. Werbung

Ziele Content und Werbung

Content	Werbung
Kunden langfristig binden	Bekanntheit steigern
Transparenz schaffen	Imagepflege
Kostenlos Mehrwert bieten	Entertainment
Neu Kundengewinnung ohne Verkaufsdruck	Verkaufsdruck über Emotionen
Educate	
Problemlösungen bereitstellen	

Vorteile Content und Werbung

Content	Werbung
Kundenbindung wird gestärkt	Konzeption beansprucht nicht viel Zeit
Vertrauen der Kunden zum Unternehmen wird gestärkt	Erreicht viele Menschen
Kundenakquise	Information über neue Produkte
Nützliche Auskunft über das Unternehmen	Kurze Aufmerksamkeitsspanne
Probleme selber lösen	
Wirkt weniger aufdringlich als Werbung	
Relevanz in Suchmaschinen wird erhöht	
Generierung von Leads	

Nachteile Content und Werbung

Content	Werbung
Aufwändig – Zeitverlust	Werbung wird übersprungen
Sprachliche Kenntnisse als Voraussetzung	Irrenführende Werbeversprechen
„Catch“ den Kunden eventuell weniger	Zu viele Werbungen werden als störend empfunden
Langfristig angelegt, sodass sehr gut überlegt werden muss, was genau produziert wird	Geringere Glaubwürdigkeit

KPI's Content und Werbung

Content	Werbung
Ranking bei Google	Return on Ad Spend (ROAS)
Anzahl Followers/Reaktionen auf Social Media	Cost Per Click (CPC)
Abruf/Download von (Gated) Content	Earnings Per Click (EPC)

Content

Ranking bei Google:

Content Marketing ist sehr wichtig, um einen hohen Platz auf dem Web-Ranking zu bekommen. Bei der Überprüfung des Rankings können Sie regelmäßig sehen, ob die Webseite mit gutem Content verbessert wurde, oder nicht.

Anzahl Followers/Reaktionen auf Social Media

Ein weiterer wichtiger KPI für Sie ist die Followeranzahl auf den unterschiedlichen Plattformen wie zum Beispiel LinkedIn. Guter Content fördert das Wachstum der Social Media Profile.

Abruf/Download von (Gated) Content

Wenn dieser KPI vorhanden ist, sollten Sie diesen anhand des Call-to-Action messen. Denn alle, die sich für Ihren Gated Content anmelden, werden durch den Call-to-Action Button dorthin geleitet. Dies ist wichtig, um die Resonanz dieser Elemente zu messen.

Gated Content ist zudem ein Bestandteil von Inbound und Content Marketing. Nutzer müssen als Erstes ihre persönlichen Daten angeben, um an den Content zu gelangen.

Ein Unternehmen erhält diese Kontaktdaten allerdings erst, wenn ein Vertrauen zwischen Unternehmen und Kunden existiert.

Werbung

Return on Ad Spend

Dieser KPI misst den Umsatz, der für jeden für Werbung ausgegebenen Dollar erzielt wurde. Es ist ähnlich wie der Return on Investment (ROI), jedoch misst ROAS den ROI durch das in digitale Werbung investierten Geldes.

$$\text{ROAS} = \frac{\text{Umsatz von Werbung}}{\text{Werbung Kosten}}$$

Die Höhe der Rentabilität (Ergebnis des ROAS) zeigt dann, ob die Werbung wirksam war oder nicht.

Cost Per Click

Cost per Click wird verwendet, um Werbung auf einer Website zu steuern. Der Werbetreibende bezahlt eine Plattform, sobald auf seine Anzeige geklickt wird. Der CPC berechnet, wie viel der Werbetreibende an den Publisher zahlen muss. Ein Synonym für CPC ist Pay per Click (PPC).

Earnings Per Click

Earning per Click, kurz EPC, ist eine Methode zur Abrechnung und Bestandteil des Affiliate Marketings. Der EPC steht für eine Messgröße, welche aussagt, wie viel Provision der Werbetreibende (Advertiser) an die Partner (Affiliates) pro 100 Klicks auszahlt.

Im Vergleich zur Conversion Rate, hat Earning per Click den höheren Wert. EPC ist wichtig, um die Werbewirksamkeit zu prüfen, da die Conversion Rate beispielsweise die Provision und den Warenwert außer Acht lässt.

Formel: $EPC = \text{Gezahlte Provision} / \text{Klicks}^2$

Quellen:

- Belz, C. (2011). Innovationen im Kundendialog. Gabler.
- Hannig, U. (2017). Marketing und Sales Automation. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hiker, C. (2017). Content Marketing in der Praxis. Wiesbaden: Springer.
- Jens Kröger, S. M. (2020). Agile Marketing. Springer Gabler.
- New Media Passion. (2021). Von New Media Passion: <https://newmediapassion.com/ist-content-und-ist-werbung-unterschiede-und-gemeinsamkeiten>. Abgerufen am 14.12.2021.
- Wirtschaftswissen. (2021). Von <https://www.wirtschaftswissen.de/marketing-vertrieb/werbung/marketingstrategie/content-marketing-versus-werbung-welche-unterschiede-gibt-es>. Abgerufen am 30.10.2021.
- Kleinkes, U. (2020). Quick Guide Content Marketing für den B2B-Mittelstand. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Janakova, M.; Suchanek, P.; Padysak, P.; J. Botlik. (2020). The KPI Hierarchz for CRM and Marketing. School of Business Administration in Karvina, Silesian University in Opava, CZ. (<https://www.gisbusiness.org/index.php/gis/article/view/18378/13345>)
- Greene, J. (2019). The 28 Advertising KPIS that every Marketer should be tracking. Von <https://databox.com/most-important-advertising-kpis>. Abgerufen am 14.11.2021.