



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

Die folgende Liste enthält alle klickbaren Weblinks aus dem Buch »Think Content!« von Miriam Löffler und Irene Michl, sortiert nach Kapiteln.

Geleitwort des Fachgutachters

» <http://www.toushenne.de>

Vorwort

- » <http://www.miriam-loeffler.com>
- » <https://www.linkedin.com/in/miriam-loeffler/>
- » <http://www.irenemichl.at>
- » <http://www.facebook.com/ContentQueenIreneMichl>

Kapitel 1: Einführung in »Think Content!«

- » <http://www.internetlivestats.com/>
- » <https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/Alarmierende-Studie-74-Prozent-aller-Marken-weltweit-sind-ueberfluesig-145817>
- » <https://www.meaningful-brands.com/en>
- » http://storage.pardot.com/8582/164666/GCII_EN_ROI_Good_vs_Great.pdf
- » <http://sixrevisions.com/content-strategy/the-web-strategy-pyramid-a-well-balanced-web-strategy>
- » <http://www.seonick.net/kristina-halvorson-interview/#axzz2lZJ0j8mv>
- » <http://contentmarketinginstitute.com/2013/10/2014-b2b-content-marketing-research>
- » <http://www.sproutcontent.com/blog/bid/141975/12-Inspiring-Content-Marketing-Quotes-From-the-Experts-and-a-Rockstar>
- » <http://lucidplot.com/2012/10/18/content-strategy-fear>
- » http://www.rheinwerk-verlag.de/think-content_4127



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

Kapitel 2: Einführung in die Content-Strategie

- » <http://boxesandarrows.com/content-strategy-the-philosophy-of-data>
- » <http://www.braintraffic.com>
- » <http://www.braintraffic.com/blog/what-is-content-strategy>
- » <https://wittenbrink.net/lostandfound/content-strategie-als-service-design/>
- » <https://www.braintraffic.com/blog/new-thinking-brain-traffics-content-strategy-quad>
- » <http://communicateskills.com/2012/10/01/i-believe-in-little-moo>
- » <http://www.linkedin.com/pulse/29-amazing-content-marketing-quotes-inspire-you-michael-brenner>
- » <http://alistapart.com/article/thedisciplineofcontentstrategy>
- » <https://www.slideshare.net/mprofs/b2b-content-marketing-2018-benchmarks-budgets-trends-north-america>
- » <http://www.cmsmyth.com/2012/05/the-myth-of-the-perfect-content-strategy-methodology>
- » <http://pr-blogger.de/2013/11/01/ibm-ohne-content-strategie-funktioniert-nicht-mehr>

Kapitel 3: Recherche und Analyse – Ihre stetigen Begleiter

- » <http://www.gutefrage.net>
- » <http://www.quora.com>
- » <https://de.statista.com/themen/2841/social-media-in-oesterreich/>
- » <http://www.hotjar.com>
- » <https://t3n.de/news/tools-fuer-online-umfragen-561288/>
- » <http://www.appinio.com>
- » <https://www.optimalworkshop.com/optimalsort>
- » <https://matomo.org>
- » <https://siteimprove.com/de-at/>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://brandwatch.com>
- » <http://Social-Searcher.com>
- » <https://blog.atms.at/customer-journey-mapping-anleitung>
- » <https://econsultancy.com/reports/understanding-the-customer-journey/>
- » <https://youtu.be/QckIzHC99Xc>
- » <http://usability-testessen.org/infos>

Kapitel 4: Unternehmensziele

- » [https://de.wikipedia.org/wiki/SMART_\(Projektmanagement\)](https://de.wikipedia.org/wiki/SMART_(Projektmanagement))

Kapitel 5: Die zentrale Rolle der Zielgruppe

- » <http://bit.ly/VGkxoR>
- » <http://meedia.de/2017/05/02/heiterkeit-verwirrung-furcht-emotionen-verhelfen-content-gefuehrten-marketing-kampagnen-zum-erfolg/>
- » <https://www.salesforce.com/au/blog/2016/11/5-ways-to-supercharge-your-customer-experience.html>
- » <http://de.slideshare.net/toddwarfel/data-driven-personas>
- » <http://www.usablebrands.ch>
- » <https://offers.hubspot.de/kostenlose-vorlage-buyer-personas>
- » <http://tonyzambito.com/10-ways-b2b-buyers-deeply-buyer-persona-canvas/>
- » https://en.wikipedia.org/wiki/Business_Model_Canvas
- » <https://contentmarketinginstitute.com/2018/02/brands-marketing-process>
- » <http://tonyzambito.com/wp-content/uploads/2013/05/Buyer-Persona-Canvas.jpg>
- » <http://www.makemypersona.com>
- » <http://www.personapp.io>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://www.xtensio.com/user-persona>
- » <https://www.nymphenburg.de/limbic-map.html>
- » <http://www.scompler.com>
- » <http://www.funkschau.de/telekommunikation/artikel/123883/>

Kapitel 6: Marke und Botschaften

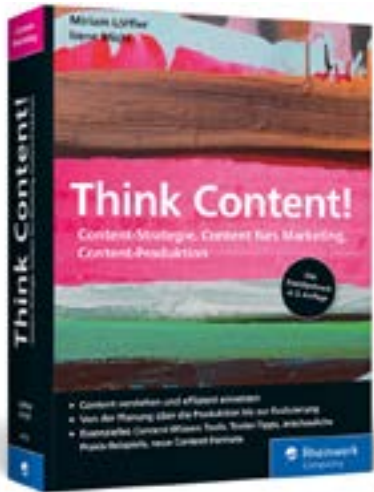
- » <https://www.slideshare.net/nickblack/brand-trust-the-six-drivers-of-trust-2193957/12-83>
- » <http://www.apple.com>
- » <http://www.cards.appropriateinc.com>
- » <https://www.nymphenburg.de/limbic-map.html>

Kapitel 7: Content-Strategie-Statement

- » <http://braintraffic.com/blog/core-strategy-vs-strategic-priorities-which-is-right-for-you>

Kapitel 8: Content-Audit

- » <http://contentmarketinginstitute.com/2018/02/content-audit-hours/>
- » <http://contentmarketinginstitute.com/2015/12/content-inventories-audits/>
- » <http://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider>
- » <http://www.intermot.de>
- » <http://www.contentstrategyalliance.com/csa-best-practices/csa-handbook/>
- » <http://www.vogue.de>
- » <http://contentmarketinginstitute.com/2011/04/valuable-content-checklist>
- » <https://dynamapper.com/blog/12-content-audits/283-top-content-audit-tools>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <https://www.linkedin.com/groups/1879338>
- » <http://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider>
- » <http://www.content-insight.com>
- » <http://www.blazecontent.com>
- » <http://www.dynamapper.com/features/content-audit>
- » <http://www.urlprofiler.com>
- » <http://www.tools.seochat.com/tools/online-crawl-google-sitemap-generator>
- » <http://www.seitenreport.de>
- » <http://www.seorch.de>
- » <https://chrome.google.com/webstore/detail/page-analytics-by-google/fnbdnhhicmebfgdgglcdacdapkcihcoh>
- » <https://www.concured.com>

Kapitel 9: Content-Planung

- » <http://adage.com/article/ken-wheaton/r-word-simple-solution-cut-complexity/303811/>
- » <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-three-cs-of-customer-satisfaction-consistency-consistency-consistency>
- » <https://www.katholische-kirche-steiermark.at/404>
- » <http://www.eichmeier.de/journal/content-optimierung-welche-reihenfolge-ist-die-beste/>
- » <https://www.zielbar.de/magazin/content-zukunft-9715/>
- » http://en.wikipedia.org/wiki/70/20/10_Model
- » <http://bit.ly/n9oq2j>
- » <http://www.brainyquote.com/quotes/quotes/d/davidogilv161497.html>
- » <http://www.google.de/alerts>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://www.social-searcher.com>
- » <http://www.talkwalker.com>
- » <https://feedly.com>
- » <https://trends.google.de/trends>
- » <https://answerthepublic.com>
- » <https://keywordtool.io>
- » <https://neilpatel.com/ubersuggest>
- » <http://buzzsumo.com>
- » <https://de.quora.com/>
- » <https://scompler.com/themenscore/>
- » <http://www.MarkLivesAtIkea.com>
- » <https://images.derstandard.at/2018/10/03/DERSTANDARDsonderthemen2018181003.pdf>
- » <https://derstandard.at/2000052552893/Themenprodukte>
- » <http://offers.hubspot.com/101-marketing-quotes>
- » <https://www.randomhouse.de/Buch/Der-Ernaehrungskompass/Bas-Kast/C-Bertelsmann/e507906.rhd>
- » <https://www.randomhouse.de/Paperback/Der-Ernaehrungskompass-Das-Kochbuch/Bas-Kast/C-Bertelsmann/e553853.rhd>
- » <http://www.outbrain.com>
- » <https://www.1und1.at/digitalguide/online-marketing/suchmaschinenmarketing/content-curation-tools-im-vergleich/>
- » <https://getpocket.com>
- » <https://www.quora.com>
- » <https://upcontent.com>
- » <https://paper.li>
- » <https://snip.ly>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <https://triberr.com>
- » <http://www.scoop.it>
- » <http://www.curata.com>
- » <http://www.feedly.com>
- » <http://www.google.at/alerts>
- » <http://www.socialmention.com>
- » <https://help.twitter.com/de/using-twitter/twitter-lists>
- » <http://www.evernote.com>
- » <https://pr-blogger.de/2017/02/14/content-strategie-warum-sich-die-content-review-lohnt/>
- » <http://contentmarketinginstitute.com/2017/12/content-marketing-predictions-2018>
- » <http://www.brightcove.com/de>
- » <http://about.autoscout24.com/de-at/au-press/au-press-news-as24.aspx?pid=598708>
- » <http://contentmarketinginstitute.com/2013/06/remarkable-stolen-content-marketing-ideas>
- » <http://www.verticalmeasures.com/content-editorial-calendar-template>
- » <https://trello.com>
- » <http://www.divvyhq.com>
- » <http://www.ganttproject.biz>

Kapitel 10: Content-Produktion

- » <http://www.curata.com>
- » <http://www.curata.com/blog/generate-more-leads-with-data-driven-content-marketing/>
- » <http://www.acrolinx.de>
- » <http://www.gathercontent.com>
- » <http://www.scompler.com>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <https://onlinemarketing.de/news/seo-10-essentielle-trends-searchmetrics-summit-2017>
- » <https://translate.google.com/>
- » <http://www.deepl.com/translator>
- » <http://www.dasauge.de>
- » <http://blog.anneschueller.de/user-generated-content-wie-sie-menschen-fuer-die-content-produktion-gewinnen/>
- » <http://www.hotjar.com>
- » <https://www.hotjar.com/grow-your-saas-startup/>
- » <http://www.Hitrecord.org>
- » <http://www.textbroker.de>
- » <http://www.99designs.de>
- » <http://www.designenlassen.de>
- » <http://www.designcrowd.de>
- » <https://scompler.com>
- » <http://gathercontent.com>
- » <https://www.hubspot.com>
- » <https://de.contentbird.io>
- » <http://www.trello.com>

Kapitel 11: Content Management

- » <https://www.zielbar.de/magazin/redaktion-content-marketing-tipps-11965>
- » https://docs.google.com/spreadsheets/d/1CW8bBG6PsPb_nhAsKHSk7F8FqcbLEyZMfgPXf4ZVSY8/edit?usp=sharing
- » <http://blogs.bath.ac.uk/fedstaff/2017/03/17/why-i-mostly-like-using-the-new-cms/>
- » <https://alistapart.com/article/content-modelling-a-master-skill>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro

ISBN 978-3-8362-4152-6

www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://www.schema.org>
- » <https://developers.google.com/search/docs/guides/search-gallery>
- » <http://ogp.me>
- » <https://developers.facebook.com/tools/debug/>
- » <https://cards-dev.twitter.com/validator>
- » <https://www.omnigroup.com/omnifocus>
- » <https://wedoist.com>
- » <http://www.getflow.com>
- » <http://www.5pmweb.com>
- » <http://basecamp.com>
- » <http://slack.com>
- » <http://www.fanpagekarma.com>
- » <http://www.coschedule.com>
- » <http://www.buffer.com>
- » <http://www.hootsuite.com>

Kapitel 12: Content-Strategie-Controlling

- » <http://www.greenadz.de/wp-content/uploads/2017/09/COMAE-2017-Hauptergebnisse.pdf>
- » <http://www.Databox.com>
- » <http://www.klipfolio.com>
- » <http://www.cyfe.com>
- » <http://www.growthbot.org>
- » https://de.wikipedia.org/wiki/Net_Promoter_Score
- » <http://www.curata.com/blog/generate-more-leads-with-data-driven-content-marketing/>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <https://blog.hubspot.de/marketing/content-scoring>
- » <https://www.curata.com/files/infographics/Content-Marketing-Metrics-and-Analytics-Model.pdf>
- » <http://support.google.com/google-ads/answer/6268632>
- » <https://marketingplatform.google.com/about/>
- » <http://www.Siteliner.com>
- » <http://www.Copyscape.com>
- » <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>
- » <https://www.webpagetest.org/>
- » <https://testmysite.thinkwithgoogle.com>
- » <http://search.google.com/search-console/about>
- » <http://www.sistrix.de>
- » <http://www.searchmetrics.com>
- » <http://www.fanpagekarma.com>
- » <http://www.monitoring-blog.de>
- » <http://on.fb.me/1aMZxJG>
- » <http://www.monitoring-blog.de/2012/12/social-media-erfolgsmessung-schematische-kpi-pyramide>
- » <https://www.futurebiz.de/artikel/mehr-follower-kein-instagram-marketing-ziel>
- » <https://pr-blogger.de/2018/01/31/peter-gentsch-kuenstliche-intelligenz-sales-marketing-service/>

Kapitel 13: Content ist Teamsport

- » <https://theidgroup.co.uk/2014/05/13/talking-content-interview-with-todd-wheatland/>
- » <http://uxmag.com/articles/get-your-content-strategy-out-of-the-drawer-with-governance>
- » <http://www.goodreads.com/quotes/538013-in-my-experience-the-content-strategist-is-a-rare-breed>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

Kapitel 14: Customer Experience

- » <https://www.forbes.com/sites/oracle/2015/08/20/customer-service-is-the-new-marketing/>
- » <https://www.zielbar.de/magazin/redaktion-content-marketing-tipps-11965>
- » <https://www.salesforce.com/au/form/pdf/state-of-the-connected-customer-s.jsp>
- » <http://www.wien.gv.at/bot>
- » <http://www.wien.at>
- » <https://pages.onespot.com/rs/745-SIY-586/images/OneSpot-Content-Personalization-Fact-Pack-Final.pdf>
- » <https://etailment.de/news/stories/Personalisierung-Wenn-die-Daten-den-Kunden-verstehen-2371>
- » <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/future-of-marketing-machine-learning-micro-moments/>
- » <https://medium.com/airbnb-engineering/listing-embeddings-for-similar-listing-recommendations-and-real-time-personalization-in-search-601172f7603e>
- » <https://www.images2.adobe.com/content/dam/acom/uk/modal-offers/pdfs/Econsultancy-2018-Digital-Trends.pdf>
- » https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Praxishilfen/Informationstechnik/Testen/testen_node
- » <http://www.w3.org/WAI/ER/tools>
- » <http://www.siteimprove.com>
- » <https://help.twitter.com/de/using-twitter/picture-descriptions>
- » <https://help.instagram.com/503708446705527>
- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/247948/umfrage/anzahl-der-sehbehinderten-in-deutschland-nach-schwere-der-behinderung/>
- » <http://www.gehoerlosen-bund.de/faq/geh%C3%B6rlosigkeit>
- » <https://onlinemarketing.de/news/7-gruende-untertitel-video-muss>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

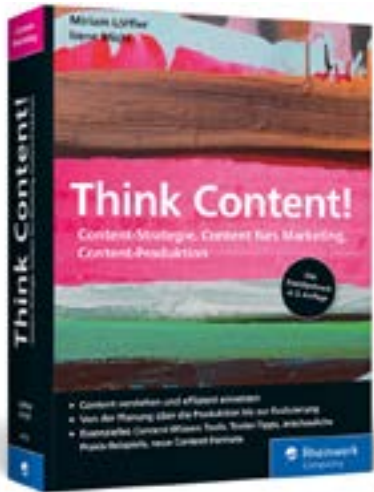
Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

Kapitel 15: Agiles Arbeiten in der Content-Strategie

- » <https://www.faktenkontor.de/tag/social-media-atlas>
- » <https://www.forbes.com/sites/jenniferrooney/2014/04/15/applying-agile-methodology-to-marketing-can-pay-dividends-survey/#2628b6216acd>
- » <http://www.agilemarketingmanifesto.org>
- » <http://www.agilemanifesto.org>
- » <http://www.wiwo.de/unternehmen/it/werbesprech-zuckerbergs-regeln/6208134-2.html>
- » <https://marketeer.kapost.com/applying-scrum-principles-to-content-marketing/>
- » <http://www.trello.com>
- » <https://www.takeoffpr.com/blog/scrum-im-inbound-marketing>
- » <http://www.kanbanize.com/de>

Kapitel 16: Content im Marketing

- » <https://www.bostoninteractive.com/blog/marketing/10-content-marketing-quotes>
- » <http://contentmarketinginstitute.com/2008/01/seth-godin-cont>
- » <https://www.contentmarketingawards.com/categories>
- » https://www.best-of-content-marketing.com/wp-content/uploads/2019/01/190107_BCM-2019_Kategorien_mit_Beschreibungen.pdf
- » <http://www.contentmarketinginstitute.com>
- » <https://contentmarketinginstitute.com/2017/05/content-marketing-just-marketing>
- » <http://www.craigbailey.net/content-is-king-by-bill-gates>
- » <http://www.schwarzkopf.de>
- » <http://www.schwarzkopf.de>
- » <http://www.Zielbar.de>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <https://www.zielbar.de/magazin/content-marketing-interview-9699/>
- » <http://www.hubspot.com>
- » <http://www.pardot.com>
- » <http://www.emarsys.com/de-at>
- » <http://www.percolate.com>
- » <https://de.marketo.com/>
- » <http://contentmarketinginstitute.com/2013/02/top-content-marketing-questions-quick-answers>

Kapitel 17: Content verbreiten – relevante Kommunikationskanäle

- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/876487/umfrage/nutzung-von-podcasts-in-deutschland/>
- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/876497/umfrage/nutzung-von-podcasts-nach-situationen-in-deutschland/>
- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/876505/umfrage/haeufigkeit-der-nutzung-von-podcasts-in-deutschland/>
- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/876512/umfrage/bevorzugte-tageszeit-zur-nutzung-von-podcasts-in-deutschland/>
- » <https://www.slideshare.net/mprofs/b2b-content-marketing-2018-benchmarks-budgets-trends-north-america>
- » <https://gastronews.wien/2017/12/alexas-als-digitaler-mitarbeiter-im-zeitgeist-vienna/>
- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/796823/umfrage/gruende-der-bevorzugung-von-sprachassistenten-gegenueber-personal-weltweit/>
- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/746534/umfrage/nutzung-von-twitter-in-oesterreich-nach-funktionen/>
- » <http://www.medium.com>
- » <http://www.outbrain.de>
- » <http://www.plista.com>
- » <https://www.taboola.com/>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <https://www.koelnkomm.de/snack-content-info-der-whatsapp-video-newsletter>
- » <http://www.growthbot.org>
- » <https://twitter.com/MessengerPeople/status/966803773657141248>
- » <http://www.zertifikate.commerzbank.de/whatsapp>
- » <http://www.greenadz.de/wp-content/uploads/2017/09/COMAE-2017-Hauptergebnisse.pdf>
- » <http://www.allfacebook.de/mobile-2/augmented-reality-ads>
- » https://www.wuv.de/medien/was_das_werbemedium_zeitung_ausmacht
- » <http://contentmarketinginstitute.com/2012/07/creating-a-content-marketing-channel-plan>

Kapitel 18: Unternehmens-Website

- » <http://www.smashingmagazine.com/2010/01/06/lorem-ipsum-killing-designs>
- » <https://gathercontent.com/content-strategy-for-website-projects>
- » <http://www.zeichenschatz.net/blog/web/webdesigner-keine-angst-vor-content.html>
- » <http://www.pardo.ch>
- » <https://think.storage.googleapis.com/images/micromoments-guide-to-winning-shift-to-mobile-download.pdf>
- » <https://twitter.com/markonen/status/282427136009175040>

Kapitel 19: Unternehmensblogs

- » <http://pr-blogger.de/2013/10/30/10-tipps-fur-das-schreiben-in-corporate-blogs>
- » <http://www.keksblog.com>
- » <https://www.bloggerabc.de/keksblog-unternehmensblog-erfolg-interview-anita-freitag-meyer/>
- » <https://www.keksblog.com>
- » <https://www.facebook.com/groups/contentstrategists/permalink/1836631593056219/>
- » <https://www.onlyinyourstate.com/kansas/ks-bucket-list>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://pr-blogger.de/2012/07/18/warum-das-corporate-blogging-besser-als-facebook-ist>
- » <http://www.gabor.de/gabor-magazin>
- » <http://github.com>
- » <https://contentmarketinginstitute.com/2019/01/content-trends-2019/>

Kapitel 20: Content goes Social Media

- » <http://www.facebook.com/DBPersonenverkehr>
- » <http://www.facebook.com/deutschebahn>
- » <http://www.facebook.com/DBKarriere>
- » <http://www.ruth.schoellhammer.de>
- » <http://www.facebook.com>
- » <http://www.xing.de>
- » <http://www.linkedin.com>
- » <http://www.instagram.com>
- » <http://www.pinterest.com>
- » <http://www.youtube.com>
- » <http://www.vimeo.de>
- » <http://www.twitch.tv>
- » <http://www.gutefrage.net>
- » <http://www.wer-weiss-was.de>
- » <http://www.chefkoch.de/groups>
- » <http://www.motor-talk.de>
- » <http://www.de.quora.com>
- » <http://www.reddit.com>
- » <http://www.slideshare.net>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://www.flickr.com>
- » <http://www.tumblr.com>
- » <http://www.medium.com>
- » <http://www.whatsapp.com>
- » <http://www.snapchat.com>
- » <http://www.messenger.com>
- » <http://www.slack.com>
- » <http://www.tripadvisor.at>
- » <http://www.tripadvisor.de>
- » <http://www.kununu.com>
- » <http://www.twitter.com>
- » <http://www.wikipedia.de>
- » <https://www.facebook.com/DeutscheBankAG/>
- » <https://www.telegraph.co.uk/science/2016/03/12/humans-have-shorter-attention-span-than-goldfish-thanks-to-smart/>
- » <https://de.wikipedia.org/wiki/Internetph%C3%A4nomen>
- » <http://www.koelnkomm.de>

Kapitel 21: Content für Google?

- » <http://googlewebmastercentral-de.blogspot.com/2011/05/weitere-tipps-zur-erstellung-qualitativ.html>
- » <https://blog.google/products/search/reintroduction-googles-featured-snippets/>
- » <http://www.schema.org>
- » <https://www.ampproject.org/>
- » <https://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en//insidesearch/howsearchworks/assets/searchqualityevaluationguidelines.pdf>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/225953/umfrage/die-weltweit-meistgenutzten-suchmaschinen/>
- » <http://www.techdivision.com/blog/die-200-parameter-des-google-algorithmus>
- » <https://www.searchmetrics.com/de/knowledge-base/ranking-faktoren-branchen/>
- » <https://www.google.com/search/howsearchworks>
- » <http://scribecontent.com/downloads/How-to-Create-Compelling-Content.pdf>
- » <http://www.answerthepublic.com>
- » <https://www.sem-deutschland.de/seo-firma-fur-nachhaltige-suchmaschinenoptimierung/seo-glossar/suchmaschinenoptimierung-seo/>
- » <https://www.facebook.com/gary/videos/10155784286938350/>
- » <https://marketingland.com/google-io-177651>
- » <https://www.brightlocal.com/2017/09/13/how-to-optimize-for-voice-search/>
- » <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-predicts-a-virtual-world-of-exponential-change/>
- » <https://www.youtube.com/watch?v=ogfYd705cRs>
- » <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/insights/kundeneinblicke/5-wege-wie-sprachassistenten-das-konsumentenverhalten-veraendern/>
- » https://storage.googleapis.com/guidelines-eyesfree/evaluation_of_search_speech_guidelines_v1.0.pdf
- » <https://backlinko.com/voice-search-seo-study>
- » <http://www.keywordtool.io>
- » <https://moz.com/blog/how-voice-search-will-change-digital-marketing-for-the-better>
- » <https://search.google.com/test/mobile-friendly>

Kapitel 22, Content Seeding

enthält keine URLs.



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

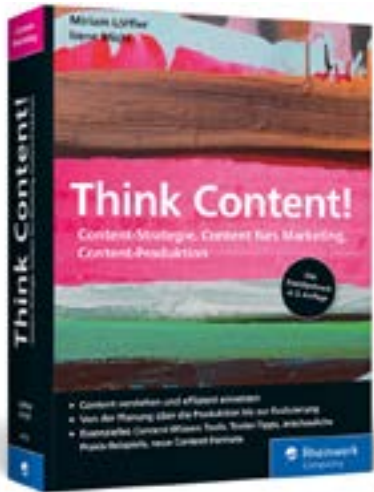
Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

Kapitel 23: Influencer und Markenbotschafter

- » <https://www.bvdw.org/presse/detail/artikel/jeder-sechste-kauft-ein-produkt-das-er-zuvor-bei-einem-influencer-sah-1/>
- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543605/umfrage/verteilung-der-nutzer-von-social-media-plattformen-nach-altersgruppen-in-deutschland/>
- » <https://www.mcschindler.com/das-jobbotschafter-programm-von-otto-wird-ein-jahr-alt-ein-einblick-und-die-6-profile>
- » <http://www.facebook.com/influencerperlen>
- » <https://swat.io/de/verwalten/10-influencer-plattformen/>

Kapitel 24: Storytelling – Erzählkunst im Marketing

- » <http://www.fastcocreate.com/1680581/why-storytelling-is-the-ultimate-weapon>
- » <https://www.youtube.com/watch?v=zqnFkXfPrnY>
- » <http://www.youtube.com/watch?v=R55e-uHQna0>
- » <http://www.callruby.com>
- » http://www.hornbach.de/cms/de/de/aktuelles/hornbach_hammer/hornbach_hammer.html
- » <http://www.youtube.com/watch?v=H2EPyH9EZBg>
- » <https://www.gardena.com/de/gartenmagazin/aktuelles/alles-im-gruenen/>
- » <http://www.vccp.com>
- » <http://bit.ly/14FWXMR>
- » <http://www.comparethemarket.com>
- » <http://www.comparethemeerkat.com>
- » http://www.twitter.com/Aleksandr_Orlov
- » <http://www.youtube.com/watch?v=M0mXUC0cUPg>
- » <http://www.comparethemeerkat.com>
- » https://en.wikipedia.org/wiki/Compare_the_Meerkat#Commercial_success
- » <https://www.omt.de/online-marketing-trends>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

Kapitel 25: Content-Lookbook

- » <https://www.aphorismen.de/zitat/176571>
- » http://www.horizont.net/aktuell/specials/pages/protected/Marketiers-brauchen-mehr-Eier-Die-besten-Sprueche-vom-Deutschen-Medienkongress_112427.html
- » <http://www.contentmarketingawards.com>
- » <http://www.best-of-content-marketing.com>
- » <https://www.youtube.com/watch?v=mkQcP7V-WRw>
- » <https://youtu.be/47HjDSqYV7k>
- » https://www.wuv.de/digital/influencer_wagen_die_chio_schaerfe_challenge
- » <http://www.virtual-identity.com>
- » <https://report.stnet.ch/de/>
- » <https://report.stnet.ch/de/2017/orf-zeigt-schweizer-kulturlandschaft>
- » <https://www.business-punk.com/2018/07/stabilo-highlight-the-remarkable>
- » <https://www.adsoftheworld.com/campaign/stabilo-boss-ddb-06-2018>
- » <https://www.velux.at/indoorgeneration>
- » <https://invidis.de/2018/03/dooh-content-alle-reden-vom-wetter-auch-ebay-in-uk/>
- » <https://contentmarketinginstitute.com/2018/02/case-studies-marketing/>
- » <https://www.linkedin.com/pulse/new-free-high-impact-corporate-presentation-template-from-jeffery/>
- » <https://contentmarketinginstitute.com/2018/02/winery-content-video/>
- » <https://youtu.be/CBdg-ITYO7U>
- » https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=xR8K1bto-KM
- » <https://www.karkalis-communications.com/de/cases/das-duell-der-maschinen/>
- » <https://www.facebook.com/19Crimes/videos/1545101695586695/>
- » <http://www.zuteuer.ch>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <https://www.youtube.com/watch?v=YWx4TloYIlg&feature=youtu.be>
- » <http://www.roadstars.mercedes-benz.com>
- » <https://www.otto.de/soulfully/>
- » <http://bit.ly/nJK2IV>
- » <http://bit.ly/n9oq2j>
- » <http://contentmarketinginstitute.com/2012/01/coca-cola-content-marketing-20-20>
- » <http://www.coca-cola-deutschland.de/media-newsroom>
- » https://de.wikipedia.org/wiki/Red_Bull_
- » <https://www.trend.at/service/die-redaktion-empfehlt/red-bull-stratos-daten-fakten-sprung-343655>
- » <https://www.youtube.com/watch?v=FHtvDA0W34I>
- » [https://en.wikipedia.org/wiki/The_Best_Job_in_the_World_\(advertising\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Best_Job_in_the_World_(advertising))
- » <http://www.tourism.australia.com/en/about/our-campaigns/past-campaigns/best-jobs.html>
- » http://www.youtube.com/watch?v=GcCXPO68_CU
- » <http://www.business-punk.com/2019/06/norderney-werde-inselblogger>
- » <https://basecamp.com>
- » https://www.youtube.com/watch?v=NK-T_t166TY
- » <https://blog.klm.com/sherlock-to-the-rescue>
- » <http://www.interactivemedia-foundation.com/de/projekte/ninette>
- » https://ninette.berlin/graphicnovel/graphicnovel_episode2/index.html#de/episode-2/chapter-1
- » <http://www.freerice.com>
- » <https://beta.freerice.com/>
- » <https://twitter.com/sesamestreet/status/296383259036774400>
- » <http://www.marktundmittelstand.de/nachrichten/strategie-personal/kruemelmonster-schenkt-bahlsen-millionen>
- » <http://www.youtube.com/watch?v=BovQyphS8kA>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

Kapitel 26: Einführung zu Content-Formate und Content-Produktion

» <http://pageflow.io/de>

Kapitel 27: Text

» <http://www.youtube.com/watch?v=Hzgzim5m7oU>

» <http://www.immonet.de/service/energiespartipps.html>

» <https://allfacebook.de/fbmarketing/whitepaper-19-gruende-facebook-insights-google-analytics-unterschied>

» <https://www.takeoffpr.com/inbound-marketing-anleitung>

» <http://www.hubspot.de/marketing-bibliothek>

» <https://www.newsletter2go.at/blog/betreffzeile-optimieren-newsletter>

» <https://www.seo-suedwest.de/4889-google-wortanzahl-ist-kein-kriterium-bei-der-indexierung.html>

» <http://www.benutzerfreun.de>

» <http://www.nngroup.com/articles/how-long-do-users-stay-on-web-pages>

» <http://www.nngroup.com/articles/how-little-do-users-read>

» <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>

» http://www.useit.com/alertbox/reading_pattern.html

» <http://www.usability.de/usability-user-experience/publikationen/leseverhalten-internet.html>

» <https://www.nngroup.com/articles/scrolling-and-attention/>

» <https://www.nngroup.com/articles/mobile-content/>

» <http://www.usability.de>

» <http://www.hartmann.info/DE/unternehmenstrategie.php>

» <https://hartmann.info/de-de/ueber-uns>

» <http://www.zielbar.de>

» <http://www.sciencedaily.com/releases/2005/10/051031075447.htm>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://www.pressebox.de/pressemitteilung/iabg-industrieanlagen-betriebsgesellschaft-mbh/IABG-ist-Gastgeber-fuer-die-Weiterbildungsveranstaltung-Mehrwert-von-Simulationsunterstuetzung-in-der-Luftwaffe/boxid/516703>
- » <https://optimize.google.com>
- » <http://www.content-marketing.com/best-of-content-marketing-world-2013-teil-1>
- » <http://www.sv-institut.de/forschung-beratung/weitere-informationen/die-prof-voegele-dialogmethodesupRsup.html>
- » <https://www.manufactum.de/schokoladenkugeln-passionsfrucht-karamell-p1542442/?a=63378>
- » <http://www.citylife.sg/advertising-lesson-david-ogilvy-part-3>
- » <https://t3n.de/>
- » <http://www.blog.embis.de>
- » <http://www.billa.at>
- » <http://www.Content.de>
- » <http://www.Textbroker.de>
- » <http://www.dasauge.de>
- » <http://www.texterjobboerse.de>
- » <http://www.newsroom.de/jobs/aktuelle-jobs>
- » <http://www.worknsurf.de/jobs/texter>
- » <https://www.mcschindler.com/newsrooms-im-check-was-sie-veraendern-und-wie-sie-sich-auszahle/>
- » <http://www.quoteswise.com/charles-revson-quotes-3.html>

Kapitel 28: Grafiken, Fotos & Co.

- » <https://socialhub.io/de/mag/>
- » <http://instagram.com/p/VUTYZ0xtlg>
- » <http://www.facebook.com/actimel.de>
- » <http://www.giphy.com/create/gifmaker>
- » <http://www.imgflip.com/gif-maker>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://www.makeagif.com>
- » <https://contentmarketinginstitute.com/2018/02/case-studies-marketing>
- » <http://www.shutterstock.com/blog/trends/2019-creative-trends>
- » <https://www.shutterstock.com/blog/trends/2019-creative-trends>
- » <http://www.easel.ly>
- » <https://www.zielbar.de/magazin/infografik-mit-easelly-erstellen-tutorial-3629/>
- » <http://infogr.am>
- » <https://www.canva.com>
- » <http://piktochart.com>
- » <https://t3n.de/news/stockfotos-kostenlose-qualitative-bilder-539479>

Kapitel 29: Video-Content

- » <https://www.fastcompany.com/3057024/mark-zuckerberg-soon-the-majority-of-content-we-consume-will-be-video>
- » <https://de.newsroom.fb.com/news/2018/08/weltweiter-start-von-watch-video-monetarisierung-creator-studio/>
- » <https://business.facebook.com/creator/studio>
- » <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/801496/umfrage/nutzung-von-youtube-videos-vor-kaufentscheidungen-in-deutschland/>
- » <https://www.youtube.com/user/otto>
- » <https://www.youtube.com/user/datev>
- » <https://www.youtube.com/watch?v=BSyewbAVVUA>
- » <https://www.youtube.com/watch?v=NZM5-1c9D5o>
- » <https://www.facebook.com/DrOetkerDeutschland/videos/1642772249132173>
- » <http://www.backen.de>
- » <https://www.instagram.com/p/Bm71tx1n1HF/>
- » <https://www.facebook.com/officialbackende/videos/667246030326334/>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

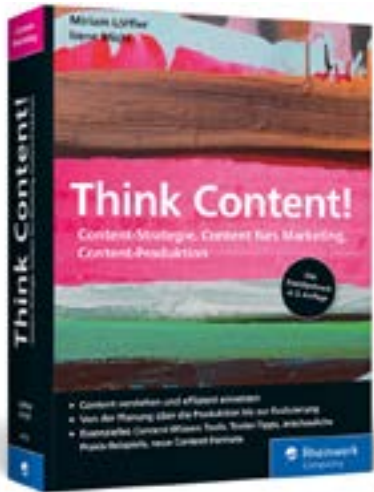
Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <https://developers.google.com/search/docs/data-types/video>
- » <http://www.bodalgo.com/de>
- » <http://www.audiojungle.net/>
- » https://www.wuv.de/marketing/manager_in_der_kueche_dieses_video_kann_spuren_von_authentizitaet_enthalten
- » <https://www.facebook.com/bshgroup.DE/videos/1202790713075015/?v=1202790713075015>
- » <https://www.facebook.com/business/m/one-sheeters/video-requirements>
- » <https://allfacebook.de/video/facebook-instagram-videoanforderungen-und-formate-im-ueberblick>
- » <http://www.doodly.com>
- » <http://www.toonly.com>
- » <http://www.blackmagicdesign.com/products/davinciresolve>
- » <http://www.polarr.co>
- » <http://www.audacity.de>
- » <http://www.canva.com>
- » <http://www.vidiq.com>

Kapitel 30: Audio-Content

- » <https://www.splendid-research.com/de/studie-podcasts.html>
- » <http://www.swoot.com>
- » <https://podcast-helden.de/>
- » <https://www.zielbar.de/magazin/content-marketing-interview-9699/>
- » <http://www.premiumbeat.com>
- » <http://www.audacity.de>
- » <http://www.adobe.com/at/products/audition.html>
- » <http://www.hindenburg.com>
- » <http://www.wooji-juice.com/products/ferrite>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://www.auphonic.com>
- » <http://www.zencastr.com>
- » <http://www.podigee.com/de>
- » <http://www.libsyn.com>
- » <http://www.podcaster.de>
- » <http://www.audeeyah.de>
- » https://www.focus.de/panorama/videos/patienten-bei-laune-halten-freiburger-urologe-sorgt-mit-lied-in-warteschleife-fuer-lacher-am-telefon_id_6673077.html
- » <http://www.soundcloud.com/jonas-fritzsche-1/warteschleife>

Kapitel 31: Content für Alexa und andere Assistenten

- » https://www.bvdw.org/fileadmin/user_upload/BVDW_Digital_Trends_Sprachassistenten.pdf
- » <https://www.springerprofessional.de/kommunikation/multichannel-vertrieb/voice-commerce-holt-auf/16034668>
- » <https://www.amazon.de/Amazon-Music-DE-Die-drei/dp/B07C5WHN1B/>
- » <https://kaernten.orf.at/news/stories/2880364/>
- » <https://kaernten.orf.at/news/stories/2894227/>

Kapitel 32: Live-Content

- » <http://www.snapchat.com>
- » https://www.wuv.de/marketing/warum_es_bei_burger_king_einen_insta_whopper_gibt
- » <https://www.thomashutter.com/youtube-stories-sind-im-anmarsch>
- » <https://www.facebook.com/sephora/videos/10154206592984405/>
- » <http://www.facebook.com/DunkinDonutsUS/videos/10154465505323238>
- » <https://www.facebook.com/BuzzFeed/videos/10154535206385329/>
- » <https://www.facebook.com/runtasticDE/videos/1838240083136352/>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://www.abenteuerhomeoffice.at>
- » <https://sandra-dirks.de>
- » <https://www.webverbesserin.de>
- » <http://www.zoom.us>

Kapitel 33: Virtual Reality, Augmented Reality und 360°

- » <https://www.ulmstories.de/de/der-traum-vom-fliegen/>
- » <http://www.umstories.de>
- » https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=i6yMqXLnpN4
- » <https://www.youtube.com/watch?v=tHEGMpPmaG4>
- » <https://contentmarketinginstitute.com/2018/01/brands-technology-content/>
- » <https://www.mcschindler.com/2018/03/13/360-augmented-reality-und-virtual-reality-visuelle-inhalte-in-die-man-eintauchen-kann/>
- » <https://www.bandara.ch/blog/interview-christine-bill-helvetas-virtual-reality>
- » <https://allfacebook.de/features/3d-fotos>
- » <https://www.usertesting.com/blog/ar-cx-human-insights/>
- » <https://www.youtube.com/watch?v=UudV1VdFtuQ>
- » <https://www.misterspex.de/>
- » https://www.youtube.com/watch?time_continue=96&v=Go9rf9GmYpM
- » <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2018/03/01/augmented-reality-marketing-three-companies-that-have-done-it-best>
- » <http://www.bandara.ch/blog>
- » <http://www.kreativekommunikationskonzepte.de/kopfkino-podcast-ruhr/>
- » <http://www.vrisch.com/projekte>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

Kapitel 34: User-generated Content

- » <https://www.mavrck.co/8-user-generated-content-trends-we-learned-from-25-million-facebook-posts-report/>
- » <http://www.gopro.com/awards>
- » <http://www.gutefrage.net>
- » <http://www.wer-weiss-was.de>
- » <http://www.moz.org/ugc>
- » <http://www.youtube.com/watch?v=ljnbl2ELTBw>
- » <http://www.bambule.de>

Kapitel 35: Engaging Content

- » <https://de.statista.com/themen/1095/gaming/>
- » <http://www.zone2.de>
- » <https://delucks.com/marketing-blog/typo3-wordpress-joomla-vergleich/>
- » <http://www.youtube.com/watch?v=O1cgPw8CEM>

Kapitel 36: SEO für Content-Produzenten

- » <http://www.baur.de/schals-tuecher/accessoires-parfuem/accessoires-schmuck/damenmode/shop-sh4249450/versand/baur-de>
- » <https://www.searchmetrics.com/de/knowledge-base/ranking-faktoren-branchen>
- » <http://www.answerthepublic.com>
- » <http://www.keywordtool.io>
- » <http://www.answerthepublic.com>
- » <http://www.sistrix.de>
- » <https://www.tagseoblog.de/schluesse-google-core-update-medic-besser-trust-update>
- » <http://www.siteliner.com>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

- » <http://www.copyscape.com>
- » <http://googleblog.blogspot.de/2011/11/giving-you-fresher-more-recent-search.html>
- » <https://www.fh-joanneum.at/content-strategie-und-digitale-kommunikation/master/>
- » <http://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider>
- » <https://searchengineland.com/googles-search-indexes-hits-130-trillion-pages-documents-263378>
- » <https://news.netcraft.com/archives/category/web-server-survey/>
- » <http://www.formstack.com/the-anatomy-of-a-perfect-landing-page>
- » <http://www.conferencebites.com/2012/09/content-marketing-world-favorite-quotes>
- » <http://www.bit.ly>
- » https://de.wikipedia.org/wiki/Within-document_Frequency
- » <http://www.wdfidf-tool.com>
- » <http://www.herzpunkte-fengshui.at>
- » <http://www.WDFIDF-Tool.com>
- » <http://www.tinypng.com>
- » <http://www.compressor.io>
- » <http://www.sistrix.de/video-seo/>
- » <https://developers.google.com/search/docs/data-types/podcast>
- » <https://developers.google.com/search/docs/guides/search-gallery>
- » <https://www.sistrix.de/serp-snippet-generator>
- » <http://moz.com/tools/seo-toolbar>
- » <http://www.Woorank.com>
- » <https://www.searchmetrics.com/de/knowledge-base/ranking-faktoren/>
- » <https://www.sweor.com/seocontentlength>
- » <https://www.searchmetrics.com/de/knowledge-base/ranking-faktoren>



683 Seiten, broschiert, 39,90 Euro
ISBN 978-3-8362-4152-6
www.rheinwerk-verlag.de/4127

Think Content!

Content-Strategie, Content fürs Marketing, Content-Produktion

Anhang

- » <https://www.embis.de>
- » <http://www.text-college.de>
- » <http://www.10seos.com>
- » <http://www.SEO-Portal.de>
- » <https://delucks.com>
- » <https://stephanieakowalski.de>
- » <http://www.gilbert-floeck.de>
- » <http://www.sabinetress.de>