



MACH DEN SELBSTTEST!

BIST DU EIN CONTENT MARKETING MANAGER?

Bloggst du? Produzierst bzw. publizierst du regelmäßig (digitale) Inhalte aus Gründen des Reputationsaufbaus, der Umsatzsteigerung oder anderen typischen Marketing- bzw. Businesszielen?

Viele sind der Überzeugung, sie wären Content-Profis, weil sie Content produzieren, zum Beispiel PR'ler, Werber, Social-Media-Manager oder Website-Texter. Manchem sind die Bandbreite und der mögliche Verantwortungsgrad dieses neuen Berufs nicht klar.

Würdest du dich als Content Marketing Manager bezeichnen?

Kreuze die zutreffenden Aussagen an und finde heraus, ob deine Einschätzung stimmt!

- Du kannst eine Content-Strategie erstellen und kontinuierlich weiterentwickeln, die Marketinginitiativen sowohl kurzfristig als auch langfristig begleitet und erweitert sowie Methoden identifizieren, die funktionieren (oder auch nicht).
- Du kannst die Konsistenz des produzierten Contents hinsichtlich Tonalität, Stil und Qualität über alle Kanäle hinweg sicherstellen und sowohl für die Suche als auch die User Experience optimieren.
- Du kannst Themen- und Redaktionspläne für unterschiedliche Personas und die verschiedenen Abschnitte der Customer Journey erstellen.
- Du hast viel Schreibpraxis, textest fehlerfrei und ausdrucksstark und kannst Autoren, Redakteure und andere (Text-)Content-Produzenten anleiten.
- Du weißt, welche Daten für die Optimierung der Content-Marketing-Aktivitäten relevant sind, woher du diese Daten nimmst und wie du diese Daten analysierst, um entsprechende Verbesserungsvorschläge zu formulieren.
- Du kannst Standards für die Content-Akquise, -Produktion, -Verbreitung, -Verwaltung, -Wiederverwertung definieren und dadurch effiziente Workflows etablieren.
- Du weißt, wie du regelmäßige Markt- bzw. Wettbewerbsanalysen durchführst.
- Du bist bereit, dich anhand des Community-Wachstums, der Traffic-Steigerung (durch Search, Social & Referral), Lead-Generierung, Conversion Raten und Umsatz messen zu lassen.



- Du beherrschst den Umgang branchentypischer Tools wie Microsoft Office, Adobe Creative Suite, WordPress, Google Analytics etc. und bist in der Lage, neue Tools schnell zu verstehen und produktiv einzusetzen.
- Du hast Grundkenntnisse in HTML, CSS, JavaScript und ggf. PHP.
- Du beherrschst die Kunst des Storytellings nicht nur in Schrift, sondern auch Ton, Video und Bild und du weißt wie du dadurch emotionale Reaktionen deiner Zielgruppen provozieren kannst.
- Du kannst verschiedene Projekte steuern und priorisieren und die Kommunikationen mit internen Stakeholdern sowie externen Dienstleistern selbständig führen.
- Du bist verhandlungssicher, präsentierst selbstbewusst (auch im Namen des Unternehmens), bist offen für neue Kontakte und stets auf der Suche nach neuen Möglichkeiten – seien es Kooperationen, Plattformen oder Methoden.

Gratulation, wenn du diese Aussagen alle bejahen kannst, denn dann erfüllst du quasi alle Voraussetzungen für deinen Traumjob als Content Marketing Manager. Entscheidend sind jetzt dein erster Eindruck, deine Erfahrung und die Chemie zwischen dir und deinen zukünftigen Kollegen.

Die letzte Hürde, die du noch passieren musst, ist das Vorstellungsgespräch.

Von Content Marketing Managern wird viel verlangt, unter anderem spontan kreativ, strategisch und taktisch zu denken. Deine Fähigkeit(en) wird ein potenzieller Arbeitgeber sicherlich prüfen und testen. Da kann es heikel werden, wenn du dich nicht intensiv vorbereitest.

Wie sagte der Amerikanische Athlet Mark Spitz so schön:

"If you fail to prepare, you are prepared to fail."

Lies dir die folgenden Fragen durch und überleg dir im Vorfeld, wie du auf sie reagieren würdest. Wenn dann ähnliche Fragen auftauchen, hast du sofort eine Antwort parat.



VORBEREITUNG AUF

DAS VORSTELLUNGSGESPRÄCH

1. Erzähl uns von dem kreativsten Content-Asset, an dessen Produktion (für ein Unternehmen) du beteiligt warst.
 - a. Welches Ziel habt ihr mit diesem Content-Asset verfolgt und wie habt ihr dessen Effektivität gemessen?
 - b. Wie habt ihr das Content-Asset vermarktet?
2. Erzähl uns von dem erfolgreichsten Content Marketing Projekt, das du geleitet hast.
 - a. Aus wie vielen Personen bestand das Team und wie waren die Aufgaben verteilt?
 - b. Gab es Probleme zwischen einzelnen Teammitgliedern und wenn ja, wie hast du diese gelöst?
 - c. Wie wurde das Projekt organisiert um die Erwartungen hinsichtlich Deadline und Ziele zu erfüllen?
3. Erzähl uns von einem Content-Asset, das eine überdurchschnittlich hohe Reichweite in Social Media (Facebook, Twitter, Instagram etc.) erhielt.
 - a. Wie hast du diesen Content für Social Media Plattformen optimiert?
 - b. Welche Taktiken hast du genutzt, um diesen Content zu verbreiten?
4. Hast du einen derartigen Erfolg – mit diesem oder einem anderen Content-Asset – auch hinsichtlich Search-Traffic erzielt?
5. Erzähl uns von einem Content-Asset, das du überarbeitet hast und wie du es dadurch verbessert hast.
6. Erzähl uns davon, wie du Daten (zum bspw. aus Google Analytics) dazu genutzt hast, Content-Assets oder die Content-Strategie zu optimieren.

MEHR ÜBER DAS BERUFSBILD CONTENT MARKETING MANAGER ERFAHREN

QUELLEN / LITERATUR:

<http://contentmarketinginstitute.com/2011/05/chief-content-officer-job-description-sample-example-template/>
www.digitalmarketer.com/hire-a-content-marketing-manager