

Beschreibung	Beschreibung	Vorteile	Nachteile
Blogbeiträge	Beiträge, die auf dem Blog des Unternehmens veröffentlicht werden	Können in verschiedenen Varianten verfasst werden (z.B. How-Tos oder Interviews) Werden häufig kommentiert und in sozialen Medien geteilt	Hoher redaktioneller Aufwand Ranking-Konkurrenz (Überschneidungen der Keywords im Blog- und Hauptbereich einer Website)
Pressetexte	Bieten sich besonders bei Neuigkeiten des Unternehmens an, über die berichtet werden soll	Leser sind immer up-to-date und die Kundenbindung wird gestärkt	Weniger beratend als andere Formate
E-Books	Behandeln ein spezielles Thema, auf welches im Detail eingegangen wird, meist auf mindestens 15 – 20 Seiten Generell meist als Download verfügbar	Besonders informativ Bei Entscheidungsfindung sehr hilfreich	Interessent muss bereit sein, sich sehr detailliert mit einem Thema auseinanderzusetzen
White Paper	Werden über ein bestimmtes Thema verfasst, welches im Detail behandelt wird, meist auf 10 – 15 Seiten Werden oft zum Download angeboten	Informativ, weniger Lesezeit als E-Books	Interessent muss bereit sein, sich sehr detailliert mit einem Thema auseinanderzusetzen
Case Studies	Befassen sich mit einem bestimmten Einzelfall, der in der Praxis aufgetreten ist und leiten davon bestimmte Regeln ab Beispiel: Erfolgreiches Projekt für einen bestehenden Kunden	Bieten Kunden Infos zum Unternehmen anhand realer Beispiele Kurze Produktionsdauer und vielfältig verwertbar	Meist nur subjektive Daten vorhanden Können nur begrenzt generalisiert werden
E-Mails und Newsletter	Werden regelmäßig an Kunden und potenzielle Kunden versandt	Stärken die Kundenbindung Effektives Format zum Lead Nurturing	Nicht jeder Newsletter wird gelesen, da Interessierte nicht aktiv danach suchen Können eventuell als lästig angesehen werden
Checklisten	Listen mit wichtigen Punkten, Arbeitsschritten oder zu vermeidenden Fehlern	Informierend und beratend Helfen Kunden und potenziellen Kunden bei Fragen, Problemen, Kaufentscheidung	Nur bei bestimmten Fragen, Problemen, Interessen relevant
Social Media Posts	Posts, die auf großen Social Media Plattformen veröffentlicht werden (bes. Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram) Je nach Plattform eignen sich unterschiedliche Inhalte und Formen des Contents (z.B. Bild, Video, Links etc.)	Interaktion mit Interessenten und bereits bestehenden Kunden besonders gut möglich Unterhaltsam, abwechslungsreich und kreativ	Eventuell höherer Personalaufwand für Content Moderatoren Auch negative öffentliche Resonanz („Shitstorms“) möglich