



© A. Kuzmin Fotolia

Der lange Weg zum vollen Haus

Content Marketing ist in aller Munde, alle Agenturen und Werbungtreiber stürzen sich auf die Inhalte, um über Content neue Wege zum Kunden zu finden. Dumm nur, wenn niemand diese Inhalte findet und liest. Zu viele Content Marketing-Angebote haben bei weitem nicht die Reichweite, die sie versprechen. Einen Ausweg aus dieser Sackgasse bietet Content Distribution. In der aktuellen Ausgabe von CP MONITOR 3/15, in der wir mit dem Experten Thomas, Inhaber der Hamburger Onlinemarketing-Agentur Content Marketing, erläutern, was Content Marketing ist und wie es funktioniert, erläutert in seinem Gastbeitrag, was Content Marketing ist und wie es funktioniert.

„Stellen Sie sich vor, es ist Content Marketing, und keiner geht hin.“ Schlechter Witz? Nein, leider für sehr viele Angebote die traurige Realität. Inhalte sind vor allem für Nutzer digitaler Medien sicher attraktiver als platte Werbung. Allerdings hat Content Marketing in Deutschland allem hierzulande einen Gebrauchscharakter. Das Missverständnis, dass Content Marketing nur für digitale Inhalte reichen, ist ein Problem für eine große Schäre

Media-Plattformen, Social-Media-Plattformen oder Content-Marketing-Plattformen. Die Reichweite ist ein Problem für eine große Schäre

Den vollständigen Beitrag von NetzwerkReklame lesen Sie in CP MONITOR 3/15.

Diese und alle bisher erschienen Ausgaben können Sie hier bestellen.