

Datengetriebene Content Erstellung und Analyse

Bei der Umsetzung einer Content Strategie stellt sich häufig die Frage, wie Inhalte – ohne Bauchgefühl – priorisiert und auch nach Veröffentlichung analysiert werden könne. In diesem Kurzbeitrag möchten wir einige Denkansätze für diese Fragestellung geben.

von Nicolai Kuban



PRIORISIERUNG DER INHALTE NACH SEARCH-KPIS

Ein sehr sinnvoller Ansatz ist es, potentielle Content Ideen durch Themen-und Keyword-Cluster zu priorisieren. So kann bspw. mittels unterschiedlicher Softwarelösungen evaluiert werden, wie hoch das Suchvolumen bestimmter Begriffe bei Google ist und wie hoch das dafür zu zahlende Google AdWords Äquivalent ausfällt. Mit einer einfachen Formel lässt sich so jeder Idee ein potentieller Wert zuordnen: »Suchvolumen des Keywords /der Keywörter«* CPC bei Google AdWords*angenommene CTR = monatliche €-Wert des geplanten Inhalts.



ANALYSE UND AUSWERTUNG VERÖFFENTLICHTER INHALTE

Auch bei der ROI-Analyse veröffentlichter Inhalte lassen sich CPC (Cost-per-Click) Modelle sehr gut anwenden.

Ein ausführliches Modell zur Errechnung des Content ROI finden Sie auch unter:

goo.gl/8Oo8idcontent_copyCopy short URL

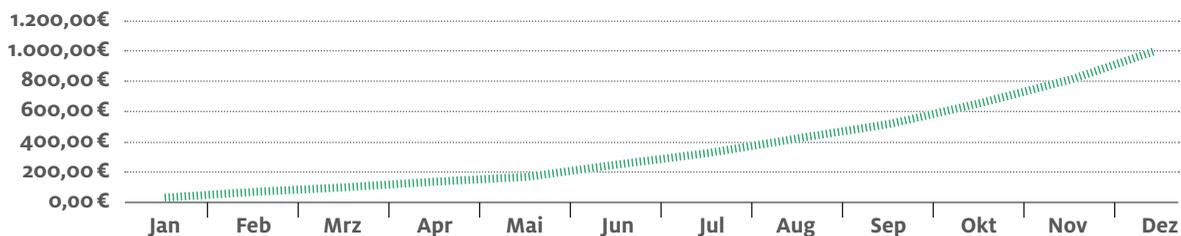
MODELL NR. 1: GENERIERUNG EINES CPC-GEGENWERTES

Bei diesem Modell wird davon ausgegangen, dass jeder Besucher auf dem Inhalt einen gewissen Wert hat, der aus den Kosten, die für den Einkauf des Besuchers über z.B. Google AdWords, errechnet wird. So sammeln der Beitrag entsprechen je Besucher einen CPC-Wert und die Einnahmen des Artikels wachsen kumulativ (Anzahl der organischen Besucher * Cost-per-Click-Äquivalent). Ein noch genaueres Modell wäre, wenn man nicht anhand der Besucher-Zahlen, sondern der durch diese Inhalte generierten Conversions vorgeht - dies bedarf jedoch weiterer technischer Implementierungen.

Google AdWords CPC Äquivalenz-Rechnung

Monat	Jan	Feb	Mrz	Apr	...	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Kosten	500,00 €											
Besucher	50	60	72	86	104	124	149	179	215	258	310	372
Besucher kumuliert	50	110	182	268	372	496	646	825	1040	1298	1608	1979
Wert pro Besucher	0,50 €											
Erzielter Traffic-Wert	25,00 €	55,00 €	91,00 €	134,20 €	186,04 €	248,25 €	322,90 €	412,48 €	519,97 €	648,97 €	803,76 €	989,51 €

Erzielter Traffic-Wert



MODELL NR. 2: ERRECHNUNG DER KOSTEN PRO KLICK BASIEREND AUF DEN INVESTITIONEN IN DEN INHALT

In diesem Modell werden die Kosten für die Erstellung des Inhalts „abgeschrieben“. Jeder weitere Besucher führt dazu, dass der Gesamt CPC reduziert wird und gegen Null läuft. So ist auch diese Formel recht einfach verständlich und ohne Aufwand implementierbar: $\text{Kosten pro Inhalt} / \text{Gesamtanzahl organischer Besucher}$.

Besucher-Kostenrechnung je Inhalt

Monat	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Kosten	500,00 €											
Besucher	50	60	72	86	104	124	149	179	215	258	310	372
Besucher kumuliert	50	110	182	268	372	496	646	825	1040	1298	1608	1979
Cost-per-Click	10,00 €	4,55 €	2,75 €	1,86 €	1,34 €	1,01 €	0,77 €	0,61 €	0,48 €	0,39 €	0,31 €	0,25 €

Cost-per-Click

