Content-Marketing-Strategie »Content Distribution«

Touchpoints identifizieren und priorisieren | „Wo sind Ärzte erreichbar?“

Listen Sie die Touchpoints Ihrer Zielgruppenärzte mit Ihrer Marke auf und priorisieren Sie:

Welche Touchpoints haben den größten Einfluss auf Ihren Kommunikationserfolg?

Kanäle definieren | „Wie kommt der Inhalt zum Arzt?“

Wählen Sie die relevanten Kanäle aus: Gibt es einen Hauptkanal? Welche Kanäle sollen wofür genutzt werden?

Sind manche Kanäle insbesondere für bestimmte Inhalte oder Stufen in der Customer Journey relevant?

- ☐ Website
- ☐ Blog/Fachkreiseseiten/Microsites
- ☐ coliquio-Infocenter
- ☐ Newsletter
- ☐ Printunterlagen
- ☐ Telefon
- ☐ Außendienst
- ☐ Eigene Events
- ☐ Medizinkongresse
- ☐ Online-/Offline-PR
- ☐ Gastbeiträge in Fachzeitschriften
- ☐ Gastbeiträge auf Blogs/Online-Medien
- ☐ Medizinkongresse
- ☐ Native Advertising
- ☐ SEO
- ☐ SEA
- ☐ Sponsored Posts auf Social Media
- ☐ Facebook
- ☐ Google+
- ☐ Xing
- ☐ LinkedIn
- ☐ Pinterest
- ☐ Instagram
- ☐ Forenbeiträge
- ☐ TV-Spots
- ☐ Radiowerbung
- ☐ Banner- und Display-Werbung

© coliquio Insights GmbH 2016

Veröffentlichungsfrequenz festlegen | „Wie oft sprechen wir Ärzte an?“
Legen Sie die Veröffentlichungsfrequenz für die verschiedenen Kanäle fest und fassen Sie Ihre Distributionsstrategie in dieser Tabelle zusammen:

Kanal	Verwendung	Veröffentlichungsfrequenz
z. B. coliquio-Infocenter	*Content-Hub für Praxiswissen, Dialog- und Lernplattform für die Arztkommunikation (Hauptkanal)*	*wöchentlich*
z. B. Newsletter	*Teasering aktueller Inhalte & Verlinkung auf Content-Hub; an bestehende Kontake, Lead Nurturing*	*wöchentlich*
z. B. Sponsored Posts Social Media	*Teasering aktueller Inhalte, Nutzung zusätzlicher Reichweiten/Leadgenerierung*	*täglich*

© coliquio Insights GmbH 2016