### Guter Content ist “strategisch”

* Guter Content zahlt auf ein konkretes Ziel des Unternehmens ein (siehe “Ziele”)
* Guter Content ist Bestandteil einer glaubwürdigen und passenden “Core Story”
* Guter Content ist nach “Themen” strukturiert, also „konkrete Objekte kognitiver Bedürfnisse“
* Guter Content ist Teil einer konkreten Story (Lebenssituation einer Persona in der Customer Journey)
* Guter Content adressiert letztlich immer ein zentrales Motiv, ein „Why“ (Top of Funnel)
* Guter Content zielt immer auf Einstellungsveränderung oder Handlung (Bottom of Funnel)
* Guter Content erzählt die Story nie alleine - sondern immer vernetzt mit anderem Content
* Guter Content zahlt auf eine definierte “Content Marke” ein.

### Guter Content hat “Substanz”!

* Guter Content hat einen aktuellen Anlass
* Guter Content bietet einen klaren Content Nutzen (siehe “Nutzen-Modell”)
* Guter Content holt den Verbraucher dort ab, wo er steht (siehe “Conversion Funnel”)
* Guter Content verweist auf weiterführenden Content (Links intern und extern)
* Guter Content passt zum sonstigen Handeln des Unternehmens („Glaubwürdigkeit und Authentizität“)

### Guter Content ist richtig “inszeniert”!

* Guter Content ist “personalisiert”, also hat mindestens einen (ggf. prominenten) Protagonisten
* Guter Content bietet einen eindeutigen und spezifischen emotionalen Nutzen (siehe “Limbic Map”)
* Guter Content ist abwechslungsreich bei der Verwendung von (journalistischen) Formaten
* Guter Content verwendet unterschiedliche Medien um verschiedene Sinne anzusprechen
* Guter Content hat einen gut lesbaren und strukturierten Text bzw. Ablauf
* Guter Content enthält die richtigen funktionalen und emotionalen Triggerworte, schon in der Headline
* Guter Content trifft den richtigen Anspruch und die richtige Tiefe
* Guter Content hat einen geeigneten Absender / Autoren
* Guter Content adressiert implizit oder explizit ein Konflikt oder ein Dilemma und folgt einem Plot
* Guter Content bietet einen konkreten Grund geteilt zu werden (siehe Sharability)
* Guter Content schafft und lässt Raum für Interaktion und Engagement

### Guter Content wird richtig “distribuiert”!

* Guter Content wird (in Variationen) auf möglichst vielen (geeigneten) Plattformen verteilt („Omni-Channel“)
* Guter Content vernetzt und verlinkt die Variationen miteinander
* Guter Content wird gezielt an die richtigen Zielgruppen ausgespielt (Promotion)
* Guter Content nutzt Multiplikatoren und Influencer
* Guter Content ist auf einer attraktiven, übersichtlichen Plattform, die weiteren Content bietet
* Guter Content erfüllt technisch die Anforderungen der Suchmaschinen („SEO“)