WERKZEUG

|  |
| --- |
| Digitaler Content-Plan |
| Anmerkungen/ Notizen: … |
| Datum | **Anlass** | **Inhalte/Botschaften** | **Kanal** | **Verantw.** |
| TT.MM | … | * …
* …
 | … | … |
| TT.MM | … | * …
* …
 | … | … |
| TT.MM | … | * …
* …
 | … | … |
| TT.MM | … | * …
* …
 | … | … |
| TT.MM | … | * …
 |  | … |
| TT.MM | … | * …
 |  | … |

Hintergrund: Ein auf Maschinenbau-Produkte spezialisiertes Handelsunternehmen entwickelt einen Content-Plan, um sich in der Branche als “Nr.1 in Kundenorientierung” weiterhin zu positionieren.

|  |
| --- |
| Digitaler Content-Plan |
| Datum | **Anlass** | **Inhalte/Botschaften** | **Kanal** | **Verantw.** |
| 02.01. | Jahresanfang | * Neujahres-Grüße
* Nutzwertige Hinweise für den Produkteinsatz
 | Mail | M. Blacher |
| 03.03. | Tag der Industrie | * Persönliche Videobotschaft der Geschäftsführung
* Vorstellung von Kundenprojekten
 | MailFacebook | M. Blacher |
| Mai/Juni | Champions-League-Finale | * «Persönliche bzw. sportliche Grüße» aus Fertigung, Service und Vertrieb
* Tipp-Spiel für Qualitäts-Zahlen
 | MailFacebookVideo | A. Janovic |
| 15.09. | Branchenmesse „Inter-Trade“ | * Innovationen in der Branche
* «Best-Practice-Anwendungen» der Hersteller
 | MesseMailFacebook | F. Zeller |
| 07.11. | Tag der Ingenieure | * …
 |  |  |
| 15.12. | … | * …
 |  |  |