

	Attention	Interest	Desire	Action	Loyalty
Warum?	Reichweite erhöhen, Follower gewinnen	Informieren, Expertenstatus aufbauen	Kaufentscheidung beeinflussen	Zum Abschluss bringen	Kunden binden
Wer?	Persona	Persona	Persona	Persona	Persona
Wo?	Social Media, Fachmagazine	SEO, SEA, YouTube, Amazon	SEO, SEA, Newsletter, Blog, Website, Landingpage	Website, Landingpage	Social Media, Newsletter, Blog
Wie?	Infografik, Text, Bild, virales Video	Text, Video	Text, Präsentationen	Text, Präsentationen	Text, Bild, Video
Was?	Highlight-Content, Gewinnspiele, witzige Bilder, Spiele, Zitate, Unboxing von Produkten, Interviews mit Influencern	News, Buch-Rezensionen, Postings von Drittseiten über Facebook & Co, Fachartikel, Anleitungen	Checklisten, Webinare, E-Books, Demos, ROI-Kalkulator, Award-Storys, Studien, App	FAQs, Case Studys, Testimonials	Bedienungsanleitungen, Forum, Facebook-Gruppe, Widgets, FAQs
Wann?	Highlight-Content ist sehr aufwändig, daher 1-3 Mal pro Jahr. Zitate etc. sehr häufig – teilweise mehrmals täglich	Regelmäßiger Content ist wichtig, beispielsweise wöchentlich	Qualität steht vor Quantität, Regelmäßigkeit spielt hier keine große Rolle	Qualität steht vor Quantität, Regelmäßigkeit spielt hier keine große Rolle	Qualität steht vor Quantität, Regelmäßigkeit spielt hier keine große Rolle
Wie viel?	Highlight-Content sollte sehr tiefgründig und mit einer hohen Qualität sein. Zitate etc. eher oberflächlich, hier zählt die Quantität	Eine Mischung aus Quantität und Qualität. Wichtig ist die Content-Erstellung zu den wichtigsten (Suchan-)Fragen	Tiefgründiger Content ist essenziell, da an diesem Punkt die Kaufentscheidung vorbereitet wird.	Tiefgründiger Content ist essenziell, da an diesem Punkt die Kaufentscheidung fällt.	Eine Mischung aus Quantität und Qualität.
Call to Action	Folgen	Kaufen oder folgen	Kaufen	Kaufen	Folgen und Crossselling