



Arbeitsblatt: Reichweite, „Teilbarkeit“ & Bindung

Wenn es Dein Ziel ist, Dir ein eigenes Publikum mit echten Fans für Dein Business aufzubauen, hängt der Erfolg jedes von Dir erstellten Inhalts von der Reichweite, der „Teilbarkeit“ und der Bindung ab.

Wenn Du Inhalte ohne einen klaren Plan oder eine Strategie erstellst, dann sind Deine Erfolgsaussichten extrem niedrig. In diesem Dokument kannst Du Deine eigenen Inhalte (und Ideen) anhand eines Modells für Reichweite, „Teilbarkeit“ und Bindung/Verweildauer testen, um zu sehen, wie Du abschneidest. Erfolg ist natürlich nie garantiert, aber je genauer Du Deine Inhalte auf dieses Modell abstimmt, desto größer sind Deine Erfolgschancen.

Bewerte Deine Inhalte

Wähle einen von Dir erstellten Inhalt und bewerte ihn anhand der folgenden Fragen. Für jede "Ja"-Antwort erhältst Du 1 Punkt, für jede "Nein"-Antwort bekommst Du keinen Punkt.

Faktor 1: Reichweite

Bei der Reichweite geht es darum, dass Deine Inhalte bei den richtigen Personen ankommen.

- Bezieht sich der Inhalt auf ein Thema, das derzeit in Deiner Nische angesagt ist?
- Ist der Inhalt für ein Schlüsselwort (Keyword) optimiert, das Menschen in Deiner Nische bei der Suche auf Google, YouTube oder anderen Plattformen verwenden?
- Ist der Inhalt so optimiert, dass er als verwandter Inhalt neben einem bereits populären Inhalt in Deiner Nische gelistet wird (ähnliches Thema, Schlüsselwörter, Tags...)?
- Hast Du bewusste Schritte unternommen, damit Deine Inhalte "der Plattform" dienen, auf der sie veröffentlicht werden (Nutzerbindung, Verweildauer, ...)?

Faktor 2: „Teilbarkeit“

Bei der „Teilbarkeit“ geht es darum, wie gut ein Inhalt fürs „Teilen“ optimiert ist und wie wahrscheinlich es ist, dass er über soziale Medien oder Mundpropaganda verbreitet wird.

- Ist der Inhalt einzigartig und bietet einen besonderen Wert, der anderswo nicht zu finden ist?
- Gibt es etwas Überraschendes oder Aufregendes an Deinem Inhalt? Löst der Inhalt eine emotionale Reaktion aus?
- Ist leicht und schnell zu verstehen, worum es in Deinem Inhalt geht, kann man damit etwas Neues lernen oder allein durch die Überschrift eine emotionale Reaktion hervorrufen?

- Wenn jemand diese Inhalte mit seinen Freunden oder in den sozialen Medien teilt, wird er dadurch „gut“ aussehen? Wird er dadurch klug, witzig, anspruchsvoll oder überlegen wirken?
- Passt der Inhalt zu einem "Stamm"? Kann jemand dies teilen, um soziale Zugehörigkeit zu signalisieren?

Faktor 3: Bindung

Bei der Bindung geht es darum, etwas zu schaffen, das die Menschen dazu veranlasst, immer wieder zu kommen. Die Formel für eine Leser- und Kundenbindung lautet:

Einzigartige Inhalte + Identität oder Weltanschauung + FOMO

Deine Inhalte müssen **einzigartig** sein, denn es gibt keinen Grund, jemandem zu folgen, der generische (sehr allgemeine) Inhalte erstellt (per Definition kann man generische Inhalte überall bekommen). Generische, langweilige Inhalte sind wie eine Tarnkappe für einen Inhaltsersteller. Die Inhalte müssen mit der **Weltanschauung** oder dem **Identitätsgefühl** des Nutzers übereinstimmen, sonst wird er wahrscheinlich nicht noch mehr davon haben wollen.

Und schließlich muss der Inhalt einen **FOMO-Faktor** („Fear Of Missing Out“ – „Angst, etwas Großartiges zu verpassen“) haben, um den Menschen einen klaren Grund zu geben, wiederzukommen und weiterzumachen.

Die ersten beiden Faktoren sind bereits in den Segmenten Reichweite und „Teilbarkeit“ berücksichtigt. Hier sind die zusätzlichen Fragen für die Bindung:

- Verfügen Deine Inhalte über den "Starbucks-Faktor": Du vermittelst ein bestimmtes emotionales Erlebnis, Konsistenz und Zuverlässigkeit?
- Ist der Inhalt ausdrücklich Teil einer Serie?
- Ist der Inhalt ein Puzzlestück in einem größeren Bild oder ein Schritt auf einer längeren Reise, auf der man etwas lernt?

Auswertung Deiner Ergebnisse

Das Modell enthält insgesamt 12 Fragen, was bedeutet, dass ein Beitrag theoretisch maximal 12 Punkte erreichen kann. Es ist jedoch unwahrscheinlich, dass Du jede einzelne Frage mit "Ja" beantworten wirst.

So bewertest Du Deine Inhalte: Du solltest bei jedem der drei Faktoren mindestens einen Punkt erreichen. Wenn Du nicht in jedem der drei Faktoren ein "Ja" hast, dann ist es unwahrscheinlich, dass Deine Inhalte erfolgreich sein werden.

Eine realistische, gute Punktzahl für einen inhaltlichen Beitrag wäre 6, mit 2 Punkten in jeder der 3 Kategorien.

Umsetzung

Mit dem Modell "Reichweite, Teilbarkeit, Bindung" hast Du nun einen Rahmen für die Erstellung von Inhalten, die eine höhere Erfolgchance haben. Es gibt 2 Möglichkeiten, wie Du dies sofort umsetzen kannst:

1. Verwende für die nächsten Inhalte, die Du erstellst, dieses Modell und gestalte Deine Inhalte so, dass sie so viele Punkte wie möglich erhalten.
2. Schau Deine vorhandenen Inhalte durch und prüfe, ob es Teile gibt, die Du optimieren kannst, um eine höhere Punktzahl zu erreichen. Vielleicht hast Du einige Inhalte, die nur ein paar Änderungen benötigen, um deutlich besser zu performen.