



3 Tage

## **Certified Agile Content Strategist**

Entwicklung einer Content-Strategie & Content-Marketing-Strategie mit agilen Methoden



# Certified Agile Content Strategist

## BESCHREIBUNG

### Worum es geht

Der Begriff Content-Marketing ist derzeit in aller Munde – jeder versteht darunter jedoch etwas anderes. Für die einen ist es lediglich eine weitere Marketing-Disziplin, für die anderen eine grundlegende Veränderung der gesamten Kommunikations-Strategie einer Organisation. Einig sind sich aber alle, dass erfolgreiches Content-Marketing auf einer Content-Strategie basiert, auf deren Grundlage es Strukturen und Prozesse zu entwickeln, zu kommunizieren und zu implementieren gilt. Das Content-Strategie-Seminar hilft Ihnen dabei diese Herausforderung im eigenen Unternehmen erfolgreich umzusetzen.

### Was Sie erwartet

Teilnehmer des Content-Strategie-Workshops lernen die methodischen Grundlagen, um nachhaltige Strukturen und Prozesse für die Umsetzung von langfristigen Content-Marketing-Maßnahmen für Ihre Organisation zu entwickeln und umzusetzen. Der Workshop basiert auf dem von Babak Zand entwickelten Content-Strategie-Framework, das als Toolbox für die konzeptionelle Entwicklung und die praktische Umsetzung einer dokumentierten Content-Strategie dient. Das Content-Strategie-Framework setzt auf agile Management-Methoden, mit deren Hilfe die Teilnehmer des Content-Strategie-Workshops die einzelnen Phasen des Frameworks systematisch in konkrete Arbeitsaufträge umwandeln.

### Was Sie lernen

Sie lernen die Methodik des Content-Strategie-Frameworks im Detail kennen und wenden die agilen Methodiken praktisch an. Sie lernen strategische Analysenmethoden kennen, mit deren Hilfe sie die nötigen Daten für die Entscheidungsfindung Ihrer Content-Strategie gewinnen. Auf diesen Daten basierend entwickeln Sie eine Content-Strategie, lernen Stakeholder zu überzeugen, und finden heraus, welche Team-Mitglieder Sie für ein Pilot-Projekt benötigen. Sie erfahren, wie Sie strategische Geschäftsziele in Ihre Content-Strategie transformieren, wie Sie daraus eine zielgerichtete Content-Marketing-Strategie ableiten und welche Arten von Content Ihre Zielgruppe benötigt. Sie verstehen welche Freigabe- und Redaktionsprozesse für die Content-Produktion benötigt werden, wie diese zu implementieren sind und welche Kommunikationskanäle für Sie relevant sind und anhand welcher Kennzahlen (KPI's) Sie den Erfolg Ihrer Content-Strategie messen können.

### Wer teilnehmen sollte

Dieser Workshop richtet sich an Mitarbeiter, die in Agenturen, Unternehmen und Organisationen für die Entwicklung einer Content-Strategie respektive Content-Marketing-Strategie verantwortlich sind, die externe Dienstleister „briefen“ und steuern oder intern mit „Stakeholdern“ kommunizieren oder diese beraten wollen. Es eignet sich besonders für Marketing- und Content-Manager, Social-Media-Manager, Digital-Marketing-Strategen, Media- und Information-Officer, Social Media Berater und -Manager, Referenten und Redakteure, Texter und Konzepter, Scrum Master und Product Owner.



# Certified Agile Content Strategist

## CURRICULUM

### Grundlagen & Umsetzung

#### Content-Strategie-Framework

Kick-Off, Research, Content-Marketing-Strategie, Content-Creation, Content-Distribution, Content-Management, Performance Measurement

*Praxis: Durchführung eines Content-Marketing-Self-Audits*

#### Agiles Management

Agile Werte, Rollen- und Funktionsbereiche, User Stories, Anwendung für die Entwicklung einer Content-Strategie und Umsetzung von Content-Marketing-Maßnahmen, Redaktionsprozess-Modellierung

*Praxis: Entwicklung von Redaktionsprozessen mit Hilfe von agilen Methoden (Story Map)*

### Research

#### Nutzer-Analyse

Persona-Entwicklung, Empathy Mapping, Customer Journey Mapping

*Praxis: Entwicklung einer Persona mit Hilfe der Empathie-Karte als Grundlage für den späteren Content-Workshop.*

#### Strategische Analysen

Prozessanalyse, Fishbone-Analyse, Funktionales Benchmarking

*Praxis: Durchführung von verschiedenen strategischen Analysen in Kleingruppen anhand einer praktischen Case-Study.*

#### Inhaltliche Analysen

Content-Inventory, Content-Audit, Content-Scorecard

#### Touchpoint-Analyse

Analyse von Touchpoints und Kommunikationskanälen

*Praxis: Touchpoint-Analyse – Vorstellung und Durchführung verschiedenener Analysen der Kommunikationskanäle in Kleingruppen.*



# Certified Agile Content Strategist

## CURRICULUM

### Content-Marketing-Strategie

#### Grundlagen/Konzeption einer Content-Marketing-Strategie

Content-Sweet-Spot-Verfahren, Entwicklung einer Corporate Story, Ableitung von Kommunikationskanälen, Festlegung von Kommunikationsbotschaften, Definition von Content-Formaten, Redaktionsplan-Entwicklung, Content-Mapping

*Praxis: Konzeption einer Content-Marketing-Strategie und Entwicklung eines Redaktionsplans.*

#### Content-Marketing-Strategie-Modelle

Implementierungs-, Engagement-, Nurturing- und Kundenbindungsstrategie

#### Strategische Ziele im Content Marketing

Strategische Zielsysteme, Balanced Scorecard, Strategy-Map (Strategie-Karte), KPI (Key Performance Indicators)

*Praxis: Entwicklung einer Strategy Map zur Umsetzung einer Content-Marketing-Strategie*



# Certified Agile Content Strategist

## ZAHLEN & FAKTEN

### On Campus Full-time

- Dauer: 3 Tage | 7 h pro Tag
- Umfang: 21 h | 28 UE
- Level: Beginner | Intermediate
- Zeiten: Täglich 09:00-17:00
- Sprache: Deutsch
- Trainer: 1
- Min. Teilnehmer: 3
- Max. Teilnehmer: 12

### Live Online Full-time

- Dauer: 3 Tage | 7 h pro Tag
- Umfang: 21 h | 28 UE
- Level: Beginner | Intermediate
- Zeiten: Täglich 09:00-17:00
- Sprache: Deutsch
- Trainer: 1
- Min. Teilnehmer: 3
- Max. Teilnehmer: 12

## RABATTE

- 5% bei Anmeldung von 2 Mitarbeitern
- 10% bei Anmeldung von 3 Mitarbeitern
- 15% bei Anmeldung von 4+ Mitarbeitern

## ZERTIFIKAT

Bei erfolgreicher Teilnahme wird zum Abschluss des Workshops das Zertifikat „*Agile Content Strategist*“ des XDi – Experience Design Instituts vergeben.



# Certified Agile Content Strategist

## TRAINER



### **Babak Zand**

Content-Strategie, Scrum-Master, Dozent & Blogger

Als freier Content-Strategie und zertifizierter Scrum-Master leistet Babak Zand Hilfe zur Selbsthilfe und unterstützt Organisationen dabei, eine dokumentierte Content-Strategie zu entwickeln und in Organisationen zu implementieren.

Babak Zand ist Lehrbeauftragter an der Rheinischen Fachhochschule Köln und unterrichtet dort im Studienschwerpunkt „Creative Leadership“ das Modul „Content-Strategie“. Als Blogger schreibt er auf [www.babak-zand.de](http://www.babak-zand.de) über die Themen Content-Strategie, Agile Management und Creative Leadership.

## IHRE BENEFITS

- Erstklassige Trainer mit ausgeprägtem Praxiswissen und langjähriger praktischer Erfahrung im internationalen Kontext
- Lerninhalte didaktisch aufbereitet und kreativ umgesetzt
- Theoretisch fundiertes Wissen praktisch anwenden
- Neueste Ergebnisse der Gehirn-Forschung nutzen
- Coaching- und Mentaltraining-Methoden integriert
- Umfangreiche Workshopunterlagen mit vielen weiteren Tipps, Tricks & Links
- Attraktive Räumlichkeiten mit besonderer Atmosphäre
- Persönlicher, ungezwungener Umgang
- Als Bildungsurlaub anerkannt

## UNSER MEHRWERT

Das XDi setzt auf neue, interaktive Lehr- und Bildungsformate, die sich an den aktuellen Erkenntnissen der Hirnforschung orientieren. Unser Credo ist „Learning by Doing“ – die Teilnehmer unserer Workshops lernen die Anwendung relevanter Methoden und Techniken anhand praktischer Übungen in kleinen Teams.

# Certified Agile Content Strategist

## TEILNEHMERSTIMMEN

„Dank der kleinen Gruppe und konkreten Übungen konnten wir unsere Erfahrungen aus der Praxis direkt mit der Theorie verknüpfen. Die Flexibilität von Babak war hierbei der Schlüssel zum Erfolg und ich kann die Teilnahme am Seminar nur empfehlen.“

Esther Rutz, Leiterin Content, Marketing und Kommunikation, EWZ (Elektrizitätswerk der Stadt Zürich)

„Das Workshop „Agile CS“ hat mir noch einmal alle Komponenten der CS in einem Framework geordnet und konsolidiert dargestellt und zum anderen gezeigt, daß AGIL nicht nur der IT vorbehalten ist. Babak Zand hat als Seminarleiter sehr gut und flexibel auf die Teilnehmer Bedürfnisse reagiert. Empfehlenswert.“

Kami Sorousch, Sapient

## REFERENZEN

Weitere Referenzen und Teilnehmerstimmen auf [xd-i.com/referenzen](http://xd-i.com/referenzen)

otto group



Handelsblatt

AKTION  
MENSCH

DAIMLER

BOSS  
HUGO BOSS

Douglas

CHECK24

adidas  
GROUP

Allianz

## MITGLIEDSCHAFTEN



INTERACTION DESIGN  
FOUNDATION

kursfinder.de