

REDAKTØR

TOVHOLDEREN. Har ansvaret for output, træning af medarbejdere samt al redaktionel planlægning og monitoring. Skal have stærke journalistiske egenskaber, være strategisk tænkende og organiseret.

Arbejder med alle i organisationen.



CHIEF CONTENT OFFICER

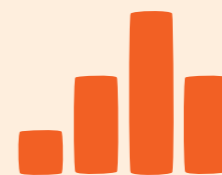
LEDEREN. CCO'en har det forkromede strategiske overblik, planlægningen og de samlede resultater. Er også ansvarlig for at ansætte de rigtige medarbejdere til sit content marketing-team. For at CCO'en kan lykkes med sit arbejde er det centralt, at han eller hun har adgang til den øverste ledelse for at sikre forankringen på tværs af hele virksomheden.



ANSVARLIG FOR SEO

OPTIMERINGS-TROLDMANDEN. Har ansvar for at søgemaskineoptimere alt indhold. Er ekspert i content optimering, formatering og metadata.

Arbejder med alle i organisationen.



ANALYTIKER

DATA-EKSPERTEN. Står for målinger, værktøjer, prognoser, research, undersøgelser, trendspotting og søgeordsanalyser. Kort sagt alt, der har med tal og analyser at gøre.

Arbejder med alle i organisationen.

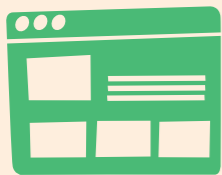


GRAFIKER

DEN VISUELLE TRYLLEKUNSTNER. Bringer indholdet til live med lækkert layout, gode designs, billeder, infografikker osv.



Arbejder særligt med redaktøren.



ANSVARLIG FOR WEB

TEKNIKEREN. Lægger indhold på hjemmesiden, uploader det til YouTube og skal eksempelvis kunne finde ud af, hvordan man udgiver podcasts på iTunes. Denne skal sikre funktionalitet, håndtering af software og platformsopdateringer samt overvågning og vurdering af, hvordan websitet performer.



Arbejder med alle i organisationen - særligt med redaktør, content producer og ansvarlig for SEO.



SÆLGER

TALEREN. Har ansvaret for salgstrategiens sidste led - at få handlen i hus. Sælgeren arbejder tæt sammen med både CCO og redaktør, da vidensdelingen mellem dem er afgørende for, at kunderne får det rigtige content på det rigtige tidspunkt.



Arbejder særligt med CCO'en og redaktøren.



CONTENT-PRODUCENT

HÅNDVÆRKEREN. Det er CCO'ens ansvar, at det indhold, der bliver produceret, understøtter virksomhedens forretningsmæssige mål - det er content-producentens ansvar at producere det indhold. Denne skal som minimum være dygtig til at skrive, men det er et stort plus, hvis denne også kan producere video, podcasts mv.



Arbejder med særligt med redaktøren.



ANSVARLIG FOR SOCIALE MEDIER

NETVÆRKEREN. Styrer udgivelsen af indhold på tværs af alle sociale medier og holder engagementet højt. Sørger for generel community management bl.a. ved at sætte gang i og følge op på online samtaler og spørgsmål.

Lad også gerne denne person have ansvaret for at finde alt det gode, relevante indhold fra både interne og eksterne ressourcer. Det kan sammenlignes med en kurator på et museum, som udvælger og samler det bedste indhold.

Arbejder med alle i organisationen.



ANSVARLIG FOR MARKETING AUTOMATION

AUTOMATION DUDEN. Har ansvaret for segmentering, CRM-, e-mail-marketing- og/eller marketing automation-systemer. Skal have styr på strategi og personaer ud til fingerspidserne - automation er ikke bare om at sende noget tilfældigt indhold ud. Det handler om, at de enkelte personaer skal have det rigtige indhold på det helt rigtige tidspunkt i købsbeslutningsprocessen. F.eks. skal kunden, der næsten er klar til at købe, have tilsendt et blogindlæg, som udførligt beskriver fordele og ulemper ved virksomhedens produkt.

Arbejder især sammen med redaktøren, den ansvarlige for SEO, den ansvarlige for web og analytiker.



MARKEDSFØRER

PLACERINGSAGENTEN. Der ligger en stor opgave i at få indholdet ud at leve på andre platforme end sine egne. Derfor er en ansvarlig for, at det rigtige indhold kommer ud det rigtige sted på den rigtige måde. Det vil sige, at vedkommende tager sig af PR, annoncering og i det hele taget sørger for at give indholdet vinger. Det kan f.eks. også være at få et link til et af virksomhedens relevante indlæg delt på en hjemmeside, som kernemålgruppen anvender (det man kalder link building i SEO).



Arbejder med alle i organisationen - særligt med redaktør, ansvarlig for sociale medier og ansvarlig for web.

Her får du et overblik over, hvilke kompetencer du har brug for i en effektiv contentorganisation og hvem, der arbejder sammen med hvem.

DEM SKAL DU BRUGE I DIN CONTENTORGANISATION