



Durch Portfoliomanagement wird Content Marketing skalierbar, da es in der Regel mit weniger Ressourcen zu bewältigen ist und sich einige notwendige Aufgaben standardisieren und dadurch ggf. automatisieren oder zumindest mit relativ geringem Risiko auslagern lassen. Voraussetzung sind eine gewisse Menge an Artikeln sowie ein konstanter (organischer) Traffic. Bedenken Sie außerdem, dass in manchen Fällen, bspw. zu Beginn Ihrer Content-Marketing-Bemühungen, andere Methoden womöglich effektiver sind, wenn es um die Generierung von Traffic und Conversions geht.

Grundsätzlich sei auch nochmals ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Optimierung vorhandener Inhalte keinen Ersatz für die Produktion neuer Inhalte darstellt. Irgendwann laufen Sie sonst Gefahr, nichts weiter optimieren zu können. Obwohl das sogar das eigentliche Ziel ist, steigern Sie den Wert Ihres Portfolios danach jedoch nur noch durch die Ergänzung neuer Assets. Das eine ergänzt also das andere.