

Technische Kommunikation und Content-Strategie

{{TOC}}

Die technische Dokumentation braucht wie alle anderen Organisationsinhalte eine Content-Strategie.

Technische Kommunikation und Content-Strategie: Wie? vs. Warum?

- Zwei Content-Welten

big difference is that tech comm is about the “how”, while content marketing is about the “why”. Better together This “how” versus “why” is the essence of the gap, and it must be understood by both tech comm and marketing teams in order to achieve genuine collaboration. Better together

- Persuasive vs. enabling
-

Frontend: Die Plattformen und Kanäle für alle Inhalte gleichen sich an

- Web und mobile Apps als primärer Zugang
 - Entwicklung der Suche
 - Social Media und Empfehlungssysteme
 - User Experience als bestimmender Faktor für Markenbeziehung
-

Technische Inhalte als Teil der User Journey

- Pre-Sales und Post-Sales sind nicht mehr getrennt
 - Dokumentation wird entscheidend für Verkauf
 - Marken werden zu 24/7 Service-Anbietern
-

Vom sendergesteuerten zum nutzergesteuerten Inhalt

- Nutzer bestimmen Zugangswege
 - Vom Standard-Content zu personalisierten und lokalisierten Inhalten
 - Vom Inhalt als Mangelware zum Filter
 - Vom isolierten zum vernetzten User
-

Backend: Produktion und Management aller Inhalte sind digitalisiert

- Digitale Content-Formate
 - Digitale Standards
 - Ähnliche Redaktionelle Tools und Arbeitsweisen
 - Ähnliche Monitoring und Analyseverfahren (Big Data)
-

Content-Strategie als Lifecycle-Management für Inhalte

- Inhalte als entscheidender Erfolgsfaktor
 - Inhalte als kostspielige Assets
 - Inhalte als verbindender Faktor in wissens- und serviceorientierten Organisationen
-

Synergien zwischen technischer Kommunikation und anderen Formen der Organisationskommunikation

- Technische Kommunikatoren als Spezialisten für Userbedürfnisse
 - Service-Content als Marketing-Instrument
 - Wissensbasierte Produkte und Produktionsverfahren
-

Substanz: Dokumentation als Teil des Inhaltsportfolios einer Organisation

Technische Dokumentation und value proposition

- Dokumentation muss zum Nutzen der Angebote einer Organisation befähigen
 - Dokumentation soll die Werte einer Organisation kommunizieren
-

Technische Dokumentation und Navigation

- Integration der Dokumentation über die Suche (SEO)
 - Verlinkung mit den übrigen Angeboten
 - Laufende Optimierung durch Analyse des Nutzerverhaltens
-

Konsistenz

- Laufende gemeinsame Aktualisierung von technischen und Marketinginformationen
- Einheitliche Terminologie (Acrolinx)
- Einheitliche Styleguides (Voice and Tone)

Modularisierung

- Flexibilität durch Rekombinierbarkeit von Inhalten
 - Flexibilität durch Lokalisierbarkeit von Inhalten
 - Anpassung an unterschiedliche Plattformen auf der Mikroebene
-

Strukturierung

- Nur strukturierte Inhalte sind maschinell verarbeitbar
 - Nur strukturierte Inhalte sind von Layout-Informationen unabhängig
 - Nur strukturierte Inhalte sind miteinander kombinierbar
-

Metadaten

- Metadaten machen Inhalte von ihrem Kontext unabhängig
- Metadaten ermöglichen die Administration der Inhalte

- Metadaten erschließen die Semantik der Inhalte für Maschinen
- Metadaten machen Inhalte auffindbar
- Metadaten machen Inhalte verknüpfbar

Workflow: Technische Dokumentation darf nicht als Silo behandelt werden

Orientierung an User Journeys und User Stories

- Nutzer interessieren sich nicht für die Arbeitsteilung in Organisationen
 - Analyse von User-Journeys sorgt für Verständnis aller Bedürfnisse nach Inhalten
-

Gemeinsame Auswertung von Daten

- Jede Nutzung von digitalen Inhalten generiert Daten
 - Daten sind für unterschiedliche Stakeholder relevant
 - Offene interne Kommunikation der Daten (gemeinsamer Datenpool) stellt unterschiedliche Auswertungen sicher
-

Synergien nutzen

- Service und Dokumentation als Informationsquellen für das Marketing
 - Technische Redakteure als Spezialisten für Userbedürfnisse
 - Dokumentation als Ausgangspunkt für Produktentwicklung und Marketing
-

Agile Entwicklung von Dokumentation und Produkten

- User sollten bei Entwicklung teilnehmen
 - Userbedürfnisse lassen sich nicht vorwegnehmen
 - Innovationen bei der Entwicklung sind nur bedingt planbar
 - Beispiele für agile Methoden: User Stories und Pair Writing
-

Kollaboration Entwicklung von technischen und anderen Inhalten

- Qualität der Inhalte hängt von ihrer Konsistenz ab
- Gemeinsame Projekte erzeugen Verständnis
- Integration weitere Stakeholder

Governance: Gemeinsame Steuerung aller Inhalte

- Nur gemeinsame Verantwortung sicher optimale strategische Steuerung
- Gemeinsame Standards sichern die Qualität und reduzieren Reibungsverluste
- Gemeinsame Policies reduzieren Risiken