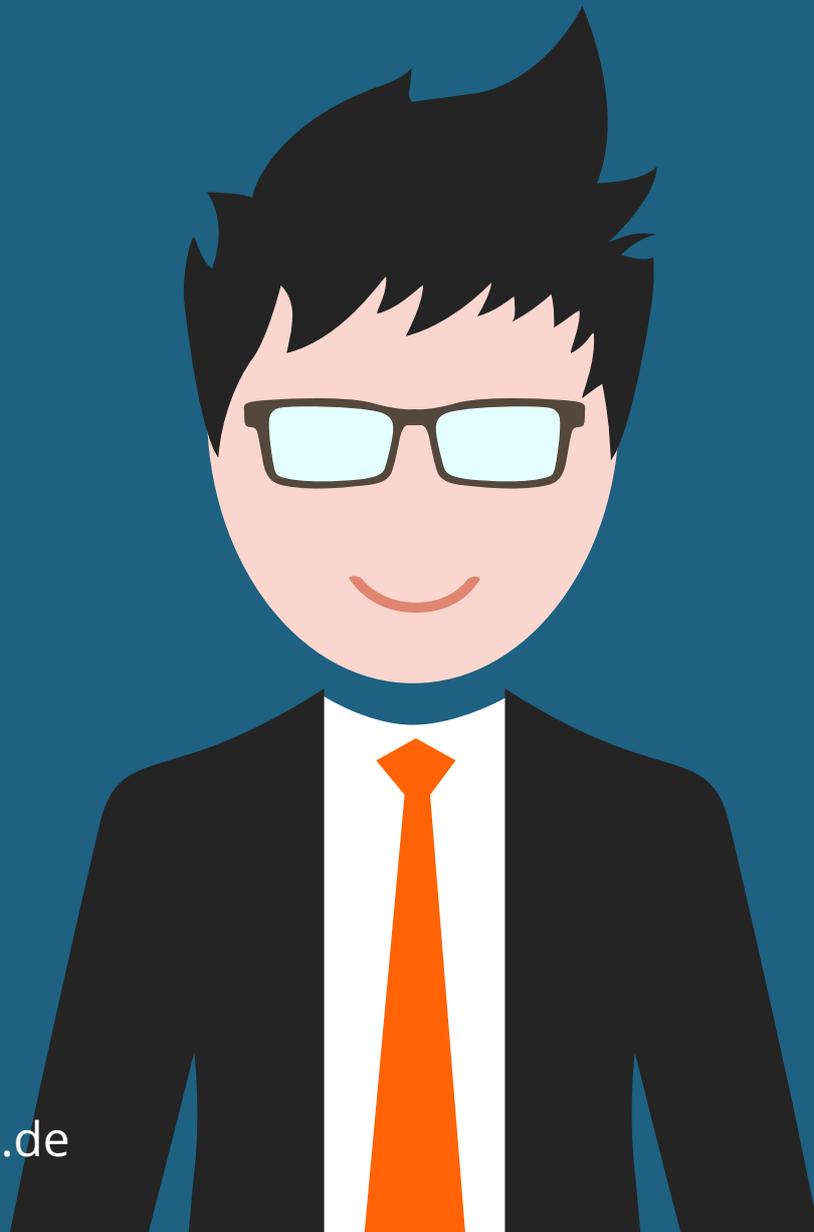


# WAS GENAU IST **INBOUND** MARKETING?



# Was genau ist Inboundmarketing?

## Inboundmarketing ist eine neue und wirkungsvollere Methode zur Vermarktung von Unternehmen und Marken

Inboundmarketing arbeitet mit dem "Anziehungseffekt" um potentielle Kunden in dem Moment zu begeistern, wenn sie aktiv nach Produkten und Dienstleistungen suchen. Das Gegenteil davon ist die "Druckmethode" - Menschen etwas verkaufen zu wollen, obwohl bei diesen gar kein Bedarf vorhanden ist.

## Inboundmarketing führt Methoden und Technologien zu einem messbaren System zusammen

Zu den bekannten Instrumenten wie Email, PPC (Pay per Click) und SEO (Suchmaschinenoptimierung) kommen Content und Social Media Marketing sowie Technologien zur Marketingautomation. Das Ergebnis ist ein messbares System zur nachhaltigen Steigerung von Leads und Umsatz.

Inboundmarketing in vier Schritten:



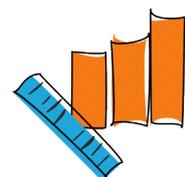
Gut gefunden werden



Mehr Besucher in Interessenten umwandeln



Automatisierter Vertrauensaufbau



Messen und Optimieren

# Fünf Dinge, die jeder über Inboundmarketing wissen sollte.

- ❶ Inboundmarketing ist eine ausgereifte und effektive Methode, die relativ einfach umsetzbar ist.
- ❷ Anwenderstudien beweisen, dass sich im Vergleich zu klassischen Marketingmethoden die **Kosten pro neuem Vertriebskontakt um 62% reduzieren lassen**.
- ❸ Inboundmarketing konzentriert sich auf "Anziehen", statt "Drücken" mit dem Ziel vorhandenen Bedarf abzudecken.
- ❹ Inboundmarketing kann das Rückgrat Ihrer Vertriebsplanung werden - mit mehr Leads und Umsatz bei weniger Aufwand.
- ❺ Inboundmarketing ist transparent. Die Ergebnisse Ihrer Marketingaktivitäten stehen in Echtzeit auf einen Blick zur Verfügung.

*„Unternehmen wollen Gewinne durch Umsatzsteigerung und Kostenreduzierung maximieren. Inboundmarketing macht dies durch eine klare Strategie zur Gewinnung von Vertriebskontakten möglich.“*



# Das Internet hat die Welt verändert. Ihre Zielgruppen sind heute online. Und was ist mit Ihrem Marketing?

Die Märkte unterliegen der permanenten Veränderung. Der gesamte Prozess, wie Menschen Produkte auswählen und kaufen hat sich verändert. Also muss sich auch Ihr Marketing ändern. Unternehmen haben schon damit begonnen, aber die Transformation ist noch lange nicht abgeschlossen. Oft fehlt das notwendige strategische und technologische Know How. Eine unlösbare Aufgabe?

*In einer Zeit wachsender Anforderungen und eingeschränkter Ressourcen, ermöglicht Inboundmarketing mehr Erfolg bei weniger Kosten.*



# Was hat sich geändert?

*Schon für sich alleine betrachtet haben die klassischen Marketingmethoden an Effizienz verloren. Hinzu kommt das massive Wachstum des Internet, das veränderte Einkaufs- und Informationsnutzungsverhalten und die letzten Updates der Suchmaschinen.*

## **1. Google hat sich geändert**

Die weltweit dominierende Suchmaschine Google hat die Rahmenbedingungen für Unternehmen verändert. Mit dem PANDA-Update hat hochwertiger Content eine essentielle Bedeutung erhalten.

## **2. Es gibt Google+**

Mit dem Launch von Google+ ist die Produktion von gutem Content und die Verbreitung in den sozialen Netzwerken noch wichtiger

geworden. Shares, Follows und Likes haben mittlerweile hohen Einfluss auf das Suchmaschinenranking.

## **3. Schlechter Content hat negative Auswirkungen**

Unternehmen brauchen heute einen strategisch ganzheitlichen Ansatz für ihre veröffentlichten Inhalte - übergreifend über alle Kanäle

## **4. Alte SEO-Tricks funktionieren nicht mehr**

Die Änderungen, die Google vorgenommen hat beziehen sich auf die Glaubwürdigkeit Ihres Unternehmens. Das beherrschen einer Branche basiert heute auf hochwertigem Content, SEO-Erfahrung und dem strategischen Inboundmarketing Ansatz.

## **5. Ihre Kunden sind online**

Das Verhalten Ihrer potentiellen Kunden ändert sich immer mehr. 78% nutzen schon heute bevorzugt die Onlinerecherche. Hier liegt Ihre Chance - werden Sie zum Meinungsführer Ihrer Branche und sammeln Sie Punkte für Ihr Unternehmen.

# Finden Sie heraus, was Kunden wirklich wollen. Und werden Sie zum Absender von begehrenswerten nützlichen Inhalten.

*Inboundmarketing ermöglicht Ihnen herauszufinden, was Ihre Kunden wollen, wann sie es wollen und wie Sie diesen Bedarf abdecken.*

Der erste Schritt in diesem Prozess ist den Bedarf zu verstehen. Das hilft Ihnen bei der Entwicklung von Inhalten, die Ihre zukünftigen Kunden wirklich weiterbringt.



## **Die menschliche Seite des Verkaufens - und des Einkaufens.**

Niemand von uns möchte etwas verkauft bekommen. Wir möchten die Kontrolle darüber haben, was wir tun und was wir kaufen. Das Internet ist dabei das Werkzeug zur Erfüllung dieses menschlichen Bedürfnisses.

## **Gewinnen Sie Ihr Publikum**

Alles beginnt mit der klaren Strategie für Ihre Inhalte. Wie gut passen sie zu den Bedürfnissen eines Einkäufers in den verschiedenen Phasen des Verkaufszyklus?

Wer Menschen versteht und unterschiedliche Arten von Inhalt schafft, der bindet Menschen besser ein. Schaffen Sie Vertrauen bei Ihren zukünftigen Kunden, indem sie als

Meinungsführer Ihrer Branche wahrgenommen werden.

## **Meinungsführerschaft basiert auf Glaubwürdigkeit**

Meinungsführerschaft bedeutet, dass Menschen mit Ihnen ins Gespräch kommen und von Ihrem Wissen profitieren wollen, wenn es um Ihre Produkte und Leistungen geht. Um das zu erreichen brauchen Sie einen starken und glaubwürdigen Auftritt. Glaubwürdigkeit können Sie mit Fallstudien, Kunden-Testimonials und

Kunden-Kommentaren optimal unterstützen.

*Mit Inboundmarketing machen Sie es Menschen einfach Sie zu finden und etwas von Ihnen zu kaufen.*



# So funktioniert Inboundmarketing:

*Inboundmarketing verbindet SEO, Email-, Content Marketing- und Social Media mit Marketing-automation zu einem ganzheitlichen Prozess zum Aufbau von Interessenten und Vertriebskontakten.*

## **Content Marketing**

Hier geht es um die Erstellung und Gestaltung von Inhalten, die Menschen interessiert - basierend auf deren Bedarf. Diese Inhalte können Whitepaper, eBooks, Webcasts, Infografiken, Animationen und Videos sein. Das Format Ihrer Inhalte ist im Grunde genommen egal. Entscheidend ist, dass die Qualität hoch genug ist, um Ihr Unternehmen als vertrauenswürdige Informationsquelle zu profilieren. Die andere grundlegende Sache ist, dass Ihre Inhalte regelmäßig erneuert werden, damit Besucher und

Suchmaschinen gerne zu Ihnen zurück kommen.

## **Suchmaschinenoptimierung**

Suchmaschinenoptimierung ist ein sehr wichtiger Teil Ihres Onlinemarketing. Es befähigt Sie den Bedarf für Ihre Produkte und Leistungen zu identifizieren. Wenn Sie erst einmal analysiert haben, wonach Menschen aktiv suchen, dann kennen Sie die Keywords für die sie Ihren Content optimieren müssen und letztlich den vorhandenen Bedarf. Durch die kontinuierliche Optimierung aller Inhalte, können Sie Ihre Suchmaschinenrankings drastisch verbessern. Und somit mehr zielgerichteten Traffic auf Ihre Website lenken.

## **Onlinemarketing**

Online-Drehscheiben sind Plattformen, auf der Menschen aktuelle Informationen aus ihrer Branche suchen. Das kann eine Website sein, oder ein Blog, ein Forum, eine Branchenplattform oder eine Social Media Community. Dies

sind für Sie potentielle Drehscheiben zur Verteilung Ihres Content.

Senden Sie Ihre Inhalte an diese Plattformen und sie werden mehr Besucher auf Ihre Website erhalten. Geeignet sind hierfür zum Beispiel Presseveröffentlichungen in Schlüsselmedien ihrer Branche, aber auch Diskussionen, Abstimmungen und Befragungen.

### **Vertrauensaufbau durch Marketingautomation**

Intelligente Marketingautomation ermöglicht die Anpassung Ihrer Informationsangebote an die jeweilige Stufe des Verkaufsprozesses. So können Sie Inhalte anbieten, die zunächst einen Einstieg in ihr Thema ermöglichen, frühere Informationen updaten oder fortgeschrittene Interessenten und Kunden in ihre Online-Community und zu Veranstaltungen einladen.

Marketingautomation ermöglicht Ihnen die Auslieferung der richtigen Angebote zum richtigen Zeitpunkt, um Besucher in Interessenten und

Interessenten in Kunden umzuwandeln.

### **Der Einsatz der richtigen Technologie**

Um die Effizienz und Konsistenz Ihres Inboundmarketing sicherzustellen, brauchen Sie eine Methode, die replizierbar ist und eine Technologie, die Sie optimal unterstützt. Das beginnt bei einfachen Veröffentlichung von Website, Blog und Landingpages, sowie die Vernetzung mit Social Media. Im nächsten Schritt geht es um die Auslieferung Ihrer wertvollen Inhalte an Interessenten auf Ihrer Website und die das automatisierte FollowUp. Und um die Wirksamkeit Ihrer Marketingmaßnahmen messen und analysieren zu können, erhalten Sie mit dem Inboundmonitor alle notwendigen Daten auf einen Blick.

# Fünf Schritte zum effizienten Inboundmarketing

*Inboundmarketing ist ausgereift und gleichzeitig einfach anzuwenden. Damit es funktioniert, müssen diese Schlüsselfaktoren berücksichtigt werden:*

## ❶ ZUHÖREN

Recherche, Analyse und Segmentierung geben Ihnen ein klares Bild davon, wo Ihre Kunden sind.

## ❷ ERSTELLUNG

Hochwertige Inhalte auf den richtigen Plattformen lenkt die vorhandene Nachfrage auf Ihre Produkte und Leistungen.

## ❸ EINBINDUNG

Mit der Veröffentlichung und Bewerbung Ihrer strategischen Inhalte über Suchmaschinen, Social Media und andere Content-Drehscheiben bauen Sie eine bidirektionale Beziehung zu Ihren zukünftigen Kunden auf.

## ❹ UMWANDLUNG / CONVERSION

Je besser Ihr Leadmanagement und Ihre Kontaktpflege, desto leichter wandeln Sie Besucher Ihrer Website in Interessenten und Kunden um.

## ❺ WACHSTUM

Die Analyse, Wiederholung und Erneuerung des gesamten Prozesses ermöglicht kontinuierliche Verbesserungen.

# Inboundmarketing macht auch kühle Rechner glücklich

Im Gegensatz zu anderen Methoden, schafft Inboundmarketing einen kontinuierlichen Fluss von neuen Vertriebskontakten und Umsatzmöglichkeiten. Inboundmarketing schafft nicht nur mehr Potential, sondern reduziert die Kosten pro neuem Vertriebskontakt um 62% (Hubspot Anwenderbefragung 1/2012). Das heißt Sie erreichen den gleichen Erfolg mit 20.000 EUR für klassisches Marketing oder 7.600 EUR für Inboundmarketing.

Mit Inboundmarketing erreichen Sie mehr, indem Sie sich auf den Bedarf konzentrieren, der bereits für Ihre Produkte und Leistungen vorhanden ist, statt Zeit und Geld dafür zu verschwenden Bedarf zu erzeugen.

Ergänzen Sie also Inboundmarketing zu Ihrem vorhandenen klassischen Marketing als Instrument zur effizienten und nachhaltigen Vertriebsunterstützung.

## Die Einführung von strategischem Inboundmarketing bringt Ihnen:

- ✓ Mehr Reichweite
- ✓ Höhere Aufmerksamkeit
- ✓ Mehr Besucher auf Ihrer Website
- ✓ Mehr und bessere Vertriebskontakte
- ✓ Größere Salespipeline
- ✓ Mehr Umsatz
- ✓ Geringere Kosten



## Ihre Kunden sind online. Lassen Sie sich finden. Reduzieren Sie Vertriebskosten.

Mit innovativen Strategien, Methoden und Technologien optimieren wir Ihre Marketingprozesse und reduzieren Ihre Vertriebskosten. Im Vergleich zu klassischen Marketingmethoden reduziert Inboundmarketing die Kosten pro neuem Vertriebskontakt um 62%.

Erreichen Sie mehr, indem Sie sich auf den Bedarf konzentrieren, der bereits für Ihre Produkte und Leistungen vorhanden ist, statt Zeit und Geld dafür zu verschwenden Bedarf zu erzeugen. Die Einführung von strategischem Inboundmarketing bringt Ihnen: Mehr Reichweite, höhere Aufmerksamkeit, mehr Besucher auf Ihrer Website, mehr und bessere Leads, eine größere Sales-Pipeline, mehr Umsatz und gleichzeitig geringere Kosten.



### Gut gefunden werden

Blogging, SEO, SEM, Social Media, PURL-Marketing



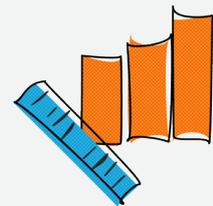
### Mehr Besucher in Interessenten umwandeln

Hochwertiger Content, eBooks, Videos, Whitepaper



### Automatisierter Vertrauensaufbau

Automatisiertes E-Mail-FollowUp und CRM-Integration



### Messen und Optimieren

Erfolgskontrolle auf eine Blick per Inboundmonitor