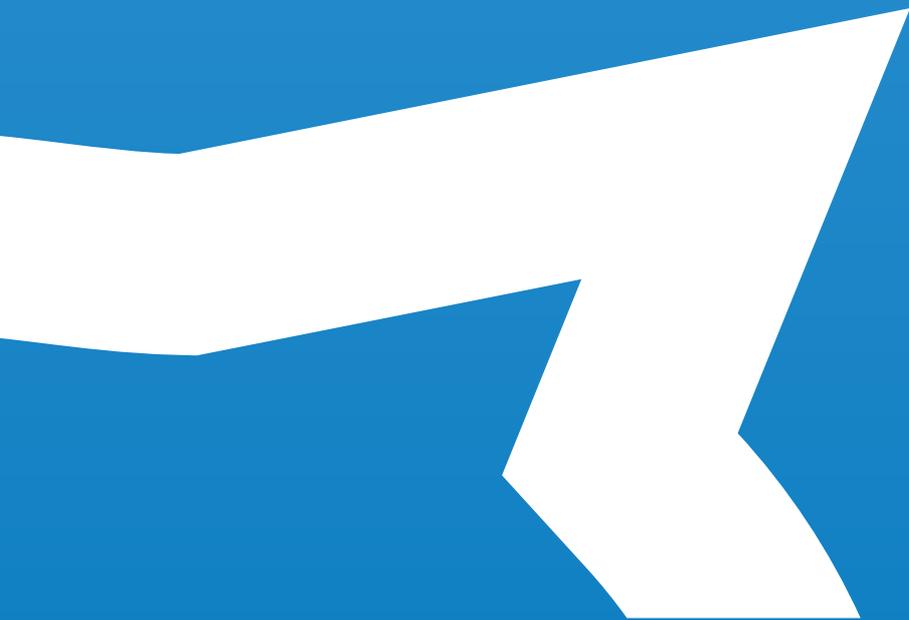




Drüberflieger Guide



Inbound Marketing

Inbound Marketing

Superkraft zur Lead-Generierung.

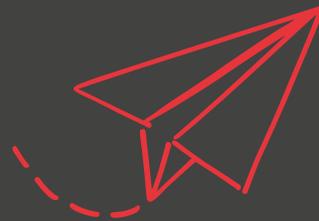
Inbound Marketing ist eine wirkungsvolle Methode, mit der Unternehmen **unaufdringlich** und **sympathisch** auf sich aufmerksam machen können.

Inbound Marketing ist **erlaubnisbasiert** und **verzahnt** alle wichtigen **Elemente** des **digitalen Marketings** miteinander:

- Blog
- SEO
- Social Media
- Website/Landingpages
- E-Mail
- Marketing Automation Analytics



Content Marketing weitergedacht



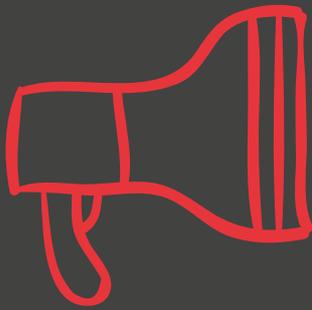
Durch die Content-Brille gesehen ist Inbound Marketing eine Weiterentwicklung des Content Marketings. Bei beiden Methoden sind **Inhalte mit Mehrwert** die Basis.

Der entscheidende Unterschied: Im Inbound Marketing wird ein **Omni-Channel-Ansatz** verfolgt, um mit potenziellen Kunden (automatisiert) zu **interagieren**. Dabei geht es um ein nützliches und positives Kundenerlebnis: Der Post mit dem Praxistipp, die Studie zum Download, die Einladung zu einem exklusiven Webinar – alles zugeschnitten auf die Interessen einer Buyer Persona.

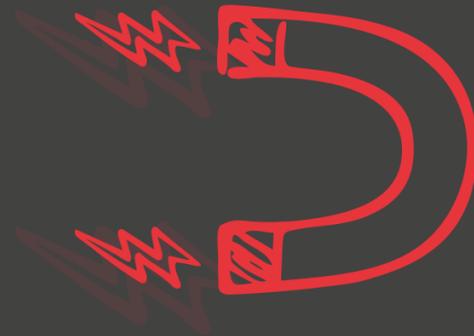
So können Unternehmen hilfreiche und langlebige Beziehungen zu Interessenten und Kunden aufbauen.

Während **Content** der **Treibstoff** für Inbound Marketing ist, sind **Daten** sein **Booster!**

INbound



vs.



OUTbound

Unternehmen wird von Interessenten gefunden

vs.

Unternehmen „umwirbt“ Interessenten

Viel Interaktion mit Buyer Personas

vs.

Punktuelle Interaktion mit Buyer Personas

erlaubnisbasiert, erwünscht

vs.

unterbricht, wird oft als störend empfunden

verknüpfte Kontaktpunkte

vs.

kaum vernetzte Kontaktpunkte

Inhalte mit Mehrwert ziehen Interessenten an

vs.

Etat ausschlaggebend für Reichweite

adressiert gezielt Buyer Personas

vs.

große Streuverluste, ungenau

Erfolg langfristig und nachhaltig

vs.

Erfolg kurzfristig, nicht nachhaltig

Batman & Robin

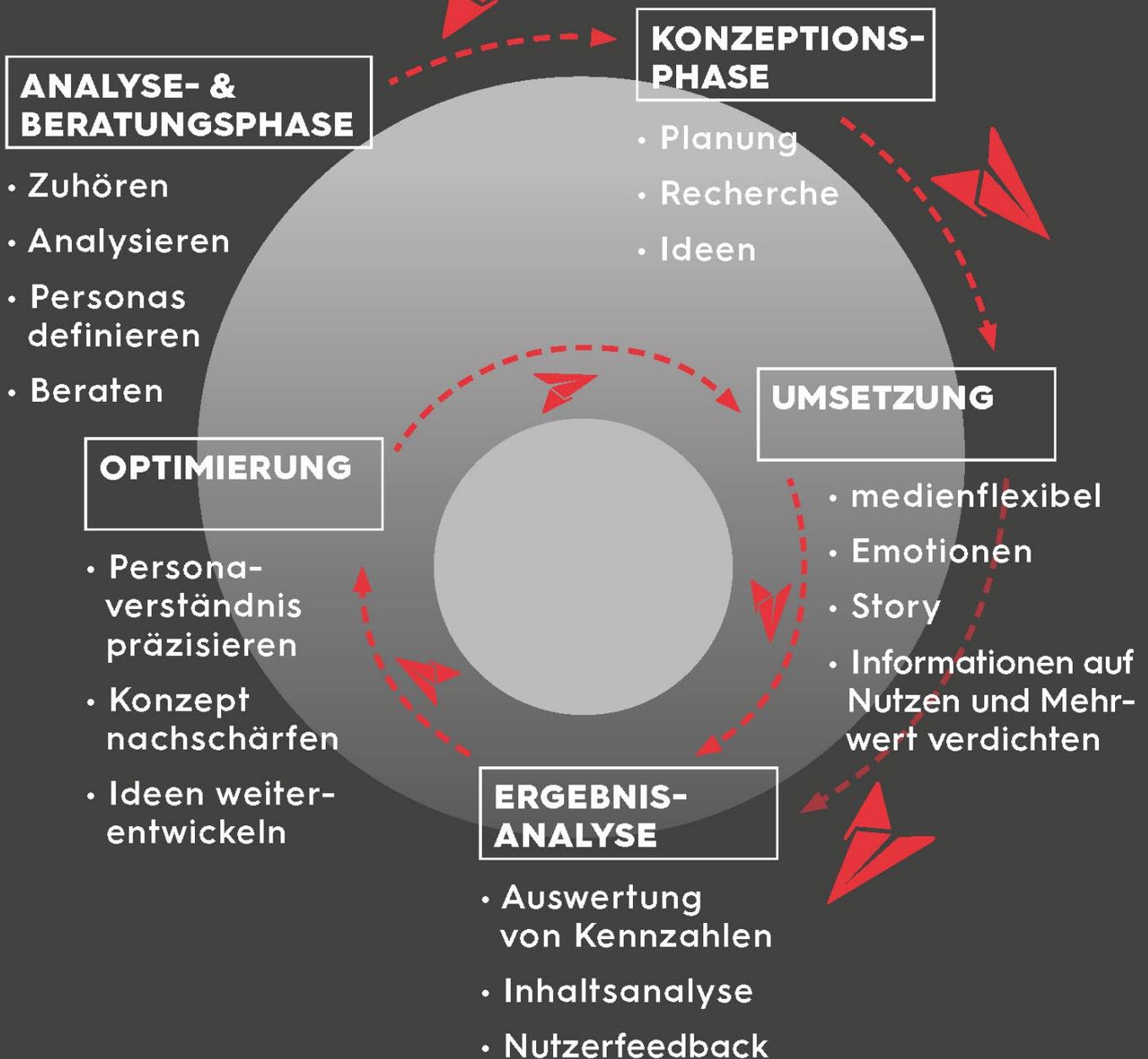
Smart kombiniert und
fein aufeinander
abgestimmt sind
Inbound & Outbound
Marketing das
Dream Team zur
Lead-Generierung.

Analysieren, optimieren

Inbound Marketing ist ein **Kampagnen-Kreislauf**. Regelmäßige Ergebnisanalysen und Optimierungen erhöhen Erfolg und Nachhaltigkeit der Kampagnen.

- **Kampagnenkennzahlen** überprüfen und nachsteuern, wo erforderlich
- Unterschiedliche **Ansätze** bei der Präsentation der Inhalte **testen** (Designtests, A/B-Tests, etc.)
- **Formulare** überprüfen und ggf. **Komplexität rausnehmen**
- **Interaktionsverhalten** anhand von Heat Maps **checken**
- **Buyer Persona Profile schärfen** und Kampagnen-Ausrichtung nachziehen

Kampagnen-Kreislauf



Erfahre mehr über Inbound Marketing
auf unserer Website:

communeer.com/inbound-marketing

Die Communeer GmbH mit Sitz in München ist auf Referenzmarketing und Inbound Marketing spezialisiert. Die Agentur bringt Unternehmen und ihre Kunden näher zusammen.

Communeer® und identivis® sind eingetragene Marken der Communeer GmbH.

© 2022 by Communeer GmbH.
All Rights Reserved.

contact@communeer.com
www.communeer.com

Forstenrieder Allee 70
81476 München