



DEUTSCHE STADTMARKETING
GESELLSCHAFT MBH


Lead Generierung durch Inbound Marketing – Vortrag in der MID-Invest-Woche –

24. August 2021

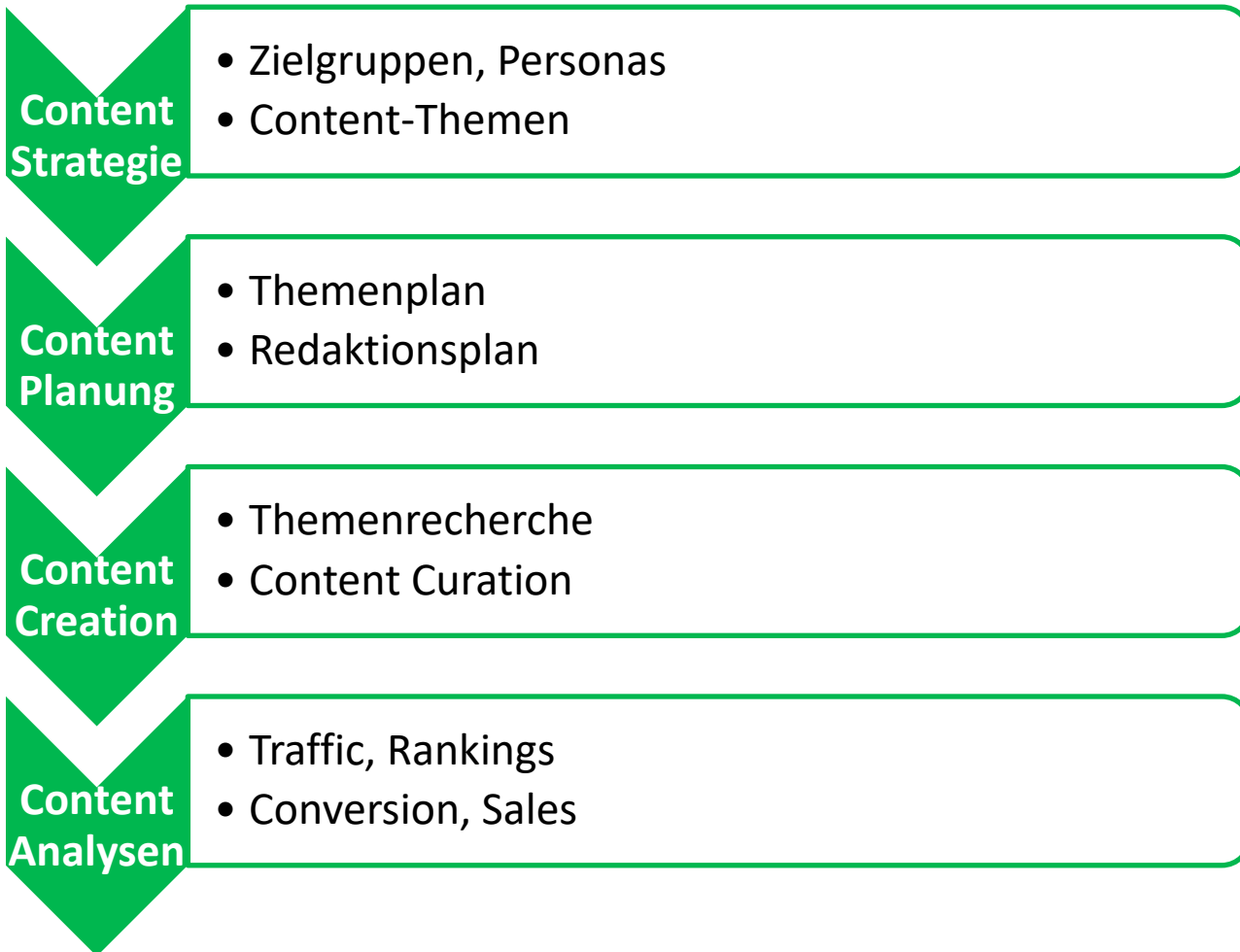
Digitale Marketingstrategie: Instrumente für Inbound Marketing

1. Personas, User Intent & User Journeys
2. Content
3. Technik
4. SEO

Inbound Marketing: Grundlagen

- Klassische Werbung wird zunehmend ineffektiver
 - Content Marketing ~ Inbound Marketing:
 - Lead Generation mit Inbound Marketing (Pull statt Push)
 - Nutzer: Bekanntheit, Image und Bindung; Reichweite, Fans, User generated Content
 - Traffic: Seitenaufrufe, Referral Traffic, SEO Sichtbarkeit und Ranking, Click-Through-Rate, Time-on-Site, Bounce-Rate, Engagement der Kunden
- 
- Content muss nützlich sein, einen Mehrwert erzeugen
 - Content muss auf Zielgruppe zugeschnitten sein:
 - Buyer Personas, oder
 - Empathie-Karte: Was sieht, fühlt, tut, denkt der Kunde?
 - „Sales Funnel“: Welcher Typ Content für welches Level von Interesse?

Content-Marketing: Schritte (1/3)



Content-Marketing: Schritte (2/3)

1. Content Strategie

- Definition geeigneter Medien
- Content Planung
- Content Recherche
- Content Erstellung (regelmäßig)

2. Content Planung

- Themenplan
- Redaktionsplan
 - Thema, Content, Keywords, Persona, Angebot/CTA, Autor, Datum
 - Guidelines
 - Workflows

3. Content Creation: Themenrecherche -> Content Sourcing

- Ideen vom Vertrieb, Kundenservice, Produktmanagement
- Blogs/Foren, Events
- FAQ Analytics
- Google Trends, Keyword Planner
- Social Media Analyse

Content-Marketing: Schritte (3/3)

4. Content Analysen

- Traffic, Rankings
- Leads,
- Conversions, Sales
- A/B-Tests

▪ Lead Generation

- Landing Pages
- Call to Action
- Lead-Formular

▪ Website und SEO

- On-Page SEO
- Off-Page SEO
- Mobile first!

Ziele der Website

1. Auffindbarkeit: Sichtbarkeit, SEO, Backlinks
 2. Begeisterung: Passender Content, User Journey, Brand Building
 3. Conversion: Leads, Einschreibungen
 4. Prozesse: Geschwindigkeit, Kosten
- Leads: Top-Content -> „Paywall“, z.B.
 - Karriereplanung / Interessenten-Quiz
 - Bewerberportal
 - Firmenportal
 - Chatbot
 - Schüler: Information zu Studium und Studiengängen
 - Schüler festhalten
 - gleich gefilterte Tabelle: welche Unternehmen machen das Thema
 - Bewerben über Portal oder Link zum Portal
-
- 10
- CIS: besser als Login auf Hauptseite als separates Portal?

Software für Inbound Marketing, Marketing Automation und CRM

1. SEO – OnPage und OffPage

- XOVI, Sistrix, Onpage.org, Searchmetrics, SEMrush

2. Content Planung und Content Creation

- Contentbird, Falcon.io, Monday.com, Sprinklr, Trello, Asana, Wrike

3. Marketing Automation

- HubSpot, Pardot, AgileCRM, ActiveCampaign, Brandmaker

4. CRM

- Salesforce, Zoho, Microsoft CRM, etc.