

EXPERTISE

ONLINE MARKETING IM B2B

Lassen Sie sich entdecken!



EINE GANZHEITLICHE ONLINE MARKETING STRATEGIE BRINGT SIE NACHHALTIG IN DEN FOKUS IHRER ZIELKUNDEN.

Ohne geht's nicht: Das Web ist auch im B2B-Geschäft zur primären Quelle für Marktrecherchen geworden und hat einen wachsenden Einfluss auf Investitionsentscheidungen. Studien wie die der Privaten Hochschule Göttingen* zum Online Marketing im B2B-Geschäft zeigen deutlich, dass die erfolgreiche Online-Positionierung eines Unternehmens der Wettbewerbsfaktor der Zukunft sein wird. Das gilt insbesondere für B2B Unternehmen, die nicht auf klassische Werbemedien wie Fernseh- oder Radiowerbung zurückgreifen können, da die Streuverluste hier noch höher sind als im B2C Bereich. Gerade das Internet bietet unzählige Möglichkeiten, mit der Zielgruppe direkt in Kontakt zu treten und sich von Mitbewerbern abzuheben.

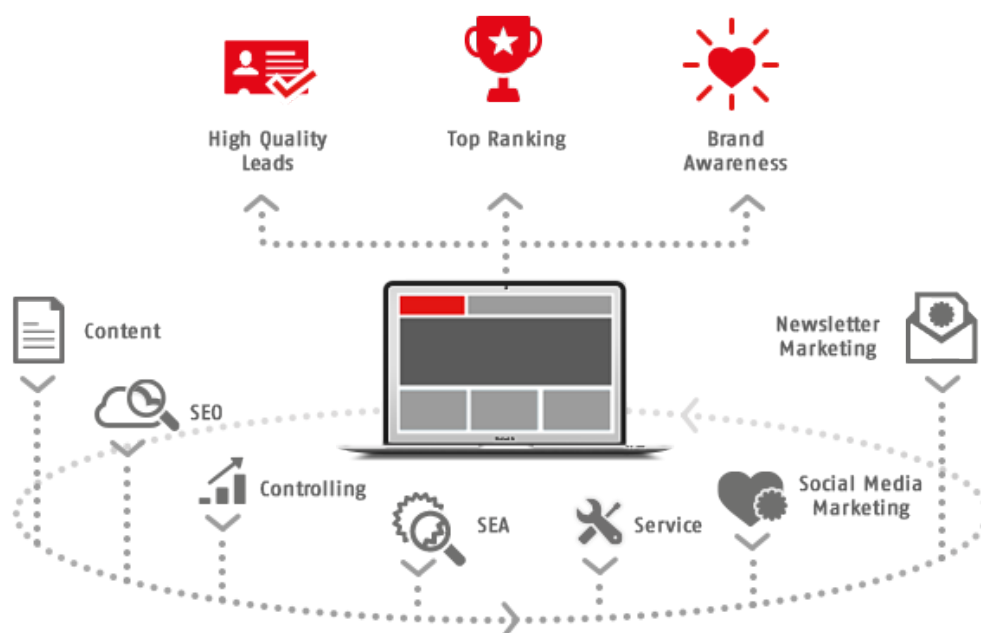
AUF EINE GANZHEITLICHE STRATEGIE KOMMT ES AN

Der Online-Erfolg hängt von einer ganzheitlichen und auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe und Branche zugeschnittenen Strategie im Online Marketing ab. Mit einer Online Marketing Strategie können Sie für Ihr Unternehmen:

- nachhaltig Image aufbauen.
- Zielgruppen direkt ansprechen und präsent sein.
- hochinteressierte und passende Kundenkontakte gewinnen.
- die Auftragslage verbessern und höhere Umsätze erzielen

Wie ist eine Online Marketing Strategie aufgebaut und worauf kommt es an?

DIE RICHTIGEN SCHWERPUNKTE SETZEN



Wie ist eine Online Marketing Strategie aufgebaut und worauf kommt es an?

Die strategische Planung beginnt mit einer umfassenden Bestandsaufnahme. Im Fokus stehen Fragen rund um Ihr Unternehmen, die Branche und die Zielgruppe, wie zum Beispiel:

- Wer ist Ihre Zielgruppe?
- Welche Bedürfnisse haben Ihre potenziellen Kunden?
- Welche Themen interessiert sie?
- Welche Mission und Vision hat Ihr Unternehmen?
- Was möchten Sie kurz- und langfristig erreichen?
- Wer sind Ihre Mitbewerber und wie positionieren sie sich online?

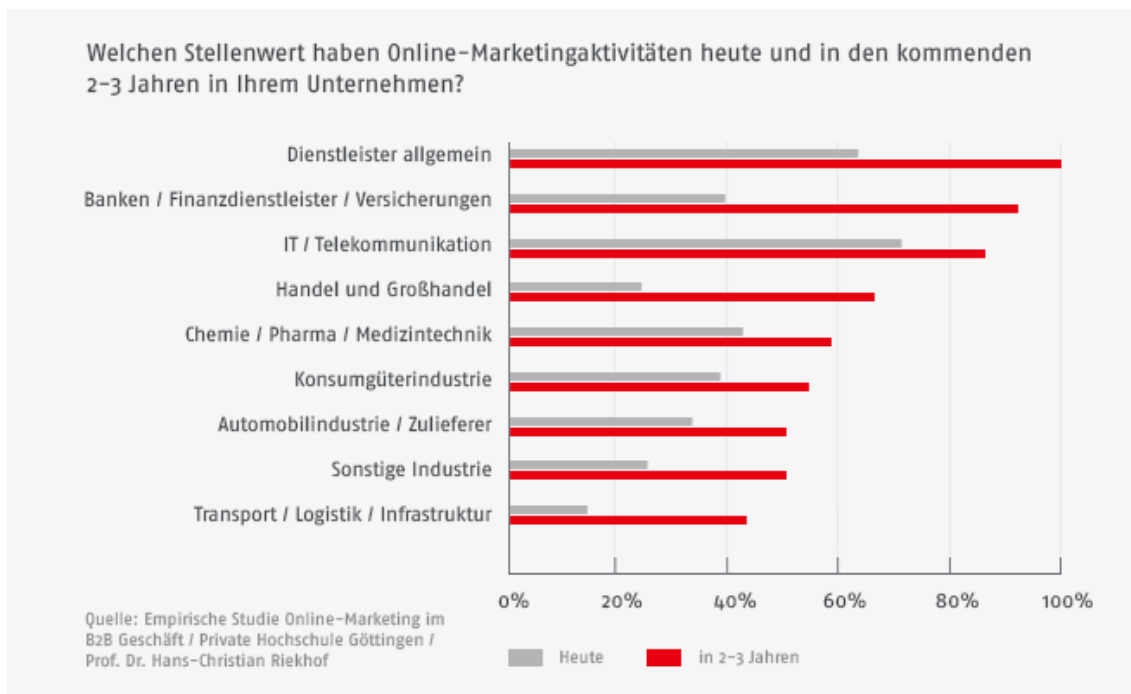
Auf der Grundlage dieser und weiterer Fragen werden lang- und kurzfristige Marketingziele definiert und eine umfassende Online Marketing Strategie entworfen. Das heißt, es werden spezifische Maßnahmen für die verschiedenen Online-Kanäle geplant und die Kanäle strategisch miteinander verknüpft.

Folgende Schwerpunkte kennzeichnen die Online Marketing Strategie:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Business Website: Eine leistungsfähige Business Website ist die zentrale Schnittstelle des B2B Online Marketings. Hier präsentieren Sie Ihr Unternehmen. Überzeugend ist Ihr Auftritt dann, wenn Sie Ihre Site aus der Perspektive Ihrer Interessenten planen, ihnen wertvolle Informationen bereitstellen und über echten Mehrwert eine Beziehung herstellen – zum Beispiel durch nützliche Service Tools. • SEO: Für den Online-Erfolg ist die Platzierung Ihrer Website auf den vorderen Plätzen entscheidend. Das zu erreichen, bedarf es eines ganzheitlichen und langfristig angelegten Maßnahmenpakets. Zum einen wird Ihre Website technisch und redaktionell für Suchmaschinen optimiert (Onpage-Maßnahmen). Zum anderen muss Ihre Website im Web gut verlinkt sein, um an Relevanz zu gewinnen (Offpage-Maßnahmen). | <ul style="list-style-type: none"> • Social Media: Eine durchdachte Social Media Strategie bringt die Inhalte zu Ihrer Zielgruppe. Wie das Content Marketing wirkt auch die Social Media Strategie langfristig. Sie steigert die Bekanntheit Ihres Unternehmens und zielt auf eine nachhaltig stabile Beziehung zu Ihren Geschäftskunden und Interessenten. • Newsletter: Der Newsletter als zusätzliches Kommunikationsinstrument im B2B hilft Ihnen dabei, komplexe und hochpreisige Produkte und Dienstleistungen zu erklären. Im Gegensatz zum B2C Bereich zielt der Newsletter nicht auf den direkten Abverkauf von Produkten, denn Investitionen werden im B2B in der Regel nicht spontan, sondern über einen längeren Zeitraum entschieden. Ziel ist eine stabile, gute Beziehung zu Ihren Interessenten, denn im Fall eines Kaufs oder einer Auftragsvergabe wird genau das zu einem wichtigen Vorteil gegenüber Ihren Mitbewerbern. |
|--|--|

- **Content Marketing:** Die kommunikative Basis der Online Marketing Strategie lässt sich mit dem Begriff Content Marketing umschreiben. Dabei ist Folgendes entscheidend: Bieten Sie hochwertige Inhalte an, die Ihre Kunden informieren und beraten, statt allein Ihre Produkte anzupreisen und zu verkaufen. Dieser Grundsatz gilt insbesondere für das B2B Geschäft, da hier die Investitionsentscheidungen stärker als im B2C Bereich nach sachlichen, technischen und wirtschaftlichen Aspekten gefällt werden.
- **Google Adwords:** Komplettiert wird die Gesamtstrategie durch eine Google Adwords Kampagne. Sie zielt im Gegensatz zu den anderen Maßnahmen auf kurzfristige Effekte und sorgt auf direktem Wege dafür, dass Ihre Interessenten Sie kontaktieren. Suchmaschinen Optimierung und Anzeigen bei Google Adwords sind Maßnahmen, die vor allem dann erfolgreich sind, wenn sie gut miteinander kombiniert werden.

Folgende Schwerpunkte kennzeichnen die Online Marketing Strategie:



Nicht zuletzt gilt natürlich für das Online Marketing, was auch für das traditionelle Marketing gilt. Die Strategie muss sich in der Praxis bewähren und der Erfolg gemessen werden. Der Vorteil am Online Marketing: Die Effektivität der Online-Kanäle und ihre Synergien lassen sich mithilfe verschiedener Analyse-Werkzeuge in Echtzeit überprüfen. Sie können alle Online Marketing Maßnahmen jederzeit justieren, Ihr Online Marketing Budget gezielt einsetzen und treffsichere Kampagnen planen.

***Studie: Nachholbedarf bei B2B Unternehmen**

Forscher der Privaten Hochschule Göttingen befragten im vergangenen Herbst B2B Unternehmen zum Online Marketing: 70 Prozent der Unternehmen rechnen damit, dass das Online Marketing in zwei Jahren eine hohe bzw. sehr hohe Bedeutung haben wird. Dennoch haben über die Hälfte der befragten Unternehmen dafür bislang kein Budget definiert. Das ist leichtfertig: Denn eine wirkungsvolle Online-Marketing-Strategie ist langfristig angelegt und setzt eine 3- bis 5-Jahresplanung voraus. Die Zeit zu beginnen, ist also jetzt!

Wenn Sie wissen wollen, wie Sie mit Ihrem Unternehmen über eine B2B Online Marketing Strategie zielgerichtet an die digitale Spitze kommen, rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns. Wir beraten Sie gern.

IHR ANSPRECHPARTNER



Claudia Baacke
Unit Director

Tel: +49 341 140 655 81
E-Mail: kontakt@mellowmessage.de
Web: www.mellowmessage.de