

Content Marketing Guide

Executive Summary



Content Marketing für B2B Unternehmen

Durch Content Marketing liefern Sie Ihren Zielkunden wichtige Informationen, die zur Lösung Ihrer Wünsche und Bedürfnisse entscheidend beitragen.

Der Begriff Content Marketing bezeichnet die Erstellung und **Vermarktung von wertvollem Inhalt**, der auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet ist.

Es handelt sich dabei um die Strategie, mit Hilfe von relevanten Inhalten auf sich aufmerksam zu machen und **neue Interessenten für das eigene Business zu generieren**.

Am Ende geht es darum, den Bekanntheitsgrad zu steigern und profitable **Geschäftsbeziehungen herzustellen**.

Dabei nutzt Content Marketing viele unterschiedliche **Kanäle** für die Inhaltsaufbereitung.

Neben der Verbreitung von Beiträgen auf der eigenen Internetseite gehören beispielsweise **Social Media Kanäle oder Newsletter als E-Mail-Anhang** verstärkt dazu.

Es handelt sich bei Content Marketing um wertvolle Inhalte, die präzise und strukturiert **an ausgesuchte Zielkunden** in Ihrem Business **verteilt** werden.

Es geht dabei nicht darum, Ihre Betriebsgeheimnisse zu verbreiten, sondern **Wunschkunden** sollen auf Ihr Unternehmen **aufmerksam werden**.

Die **richtige Strategie** ist dabei der Schlüssel zum Erfolg.

Kriterien für eine erfolgreiche B2B Content Marketing Strategie

Zielgruppe definieren

Zur Definition der Zielgruppe gehört als Erstes die **Auswahl der Wunschkunden**.

Sie müssen die einzelnen **Ansprechpartner gut beschreiben können** und wissen, wer auf Produkt- und Entscheidungsebene Verantwortung trägt.

Dazu ist es entscheidend, das gesamte **Buying Center zu analysieren**, damit anschliessend eine gezielte Ansprache erfolgen kann.

Mögliche Fragen zu den Zielpersonen:

- Wie ist der **persönliche Hintergrund** im Unternehmen?
- Wie ist die **Stellenbeschreibung** des Gesprächspartners?
- Welche **Herausforderungen** hat die Zielperson zu bewältigen?
- Kann der Ansprechpartner **Entscheidungen fällen** oder ist er Mitglied eines Teams?
- Welche **Einwände** könnten bei der Zielperson auftreten?

Customer Journey verstehen

Die Reise des **Interessenten** vom ersten Kontakt zu Ihrem Unternehmen **bis zum erfolgreichen Kauf** als zufriedener Kunde ist ein **weiter Weg**.

Diese **vier Phasen** sind im Zusammenhang mit der Customer Journey wichtig:

- Attract (Anziehen)
- Engage (Engagieren)
- Convert (Konvertieren)
- Delight (Begeistern)

Bedenken Sie dabei, dass ein Grossteil der Customer Journey mittlerweile **online durchgeführt** wird und es wichtig ist, dass Sie **an allen Touchpoints präsent** sind.

Hier sollte Ihr Content Marketing ansetzen, damit **bei jedem Berührungspunkt Inhalte bereitstehen**, die mögliche Fragen des Kunden bereits im Vorfeld beantworten.

Kriterien für eine erfolgreiche B2B Content Marketing Strategie

Relevanten Content erstellen

Für Ihr B2B Content Marketing ist es entscheidend, sämtliche **Themenfelder entlang der Customer Journey** Ihrer potenziellen Kunden zu kennen und mit passenden Inhalten zu besetzen.

Mit Hilfe einer **Keyword Recherche** lassen sich relevante Schwerpunkte bei den Themen finden.

Folgende **Inhaltsformen** können Ihren potenziellen Kunden dabei helfen, wichtige Fragen vorab zu klären:

- Ausführliche Erklärartikel
- Vergleiche zwischen Anbietern
- Fallstudien aus der Praxis
- Testimonials
- Checklisten
- Live Demonstrationen per Video
- Produktlisten und Preise
- Testversionen einzelner Produkte

Bei der Bereitstellung von Content ist es wichtig, darauf zu achten, dass die gelieferten **Themen im Einklang mit der eigenen Produktpalette** stehen.

Content verbreiten

Die **Verbreitung von B2B Content Marketing** Inhalten erfolgt meist **online** über unterschiedliche Kanäle.

Dabei ist es gut, wenn Sie die **einzelnen Medien kennen**, über die Ihre potenziellen Kunden kommunizieren.

Hier eine Auswahl **wichtiger Kanäle**, um Content Marketing zu verbreiten:

- E-Mail Marketing
- Social Media Kanäle
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Google Ads (SEA)
- Social Ads

Bei der Verbreitung Ihres Content Marketings ist es eine gute Idee, die **Inhalte mit Lead Magnets und Conversion Elementen zu versehen** um eine **erste Kontaktmöglichkeit** zu Ihren Wunschkunden zu erhalten.

Kriterien für eine erfolgreiche B2B Content Marketing Strategie

Ergebnisse messen

Den Abschluss der Kampagne beim Content Marketing bildet die **Erfolgskontrolle**.

Dieser Prozess erfordert einen **realistischen Zeithorizont und die richtigen Tools** für die Erfolgskontrolle.

Anhand dieser KPIs kann beispielsweise der **Erfolg der jeweiligen Aktion** gemessen werden:

- Anzahl direkt generierten **Leads**
- Summe **erfolgter Anfragen** im Unternehmen
- Anzahl von **Klicks und Traffic** bei Blogbeiträgen
- Erfassung erzielter **Backlinks**
- Abgegebene **Likes und Kommentare** auf Beiträgen in Social Media Kanälen

Die gesammelten Ergebnisse dienen als **Ausgangsbasis für Anpassungen oder das Fortsetzen** der durchgeführten Kampagne.

Fazit

Mit Content Marketing erschaffen Sie **Kundenbeziehungen, die auf Expertise und Vertrauen basieren** statt aufdringlicher Werbung.

So schaffen Sie nachhaltige Kundenbeziehungen und **kommunizieren auf Augenhöhe** mit Ihrer Zielgruppe.

B2B Content Marketing hilft Ihrem Unternehmen so, **neue Kunden zu erreichen und langfristig zu binden**.

Relevanter B2B Content mit Aioma.

Mehr unter www.aioma.com

