

# Die strike2 Wasserloch-Strategie für Interessenten – und Neukunden-Gewinnung



# Norbert Schuster

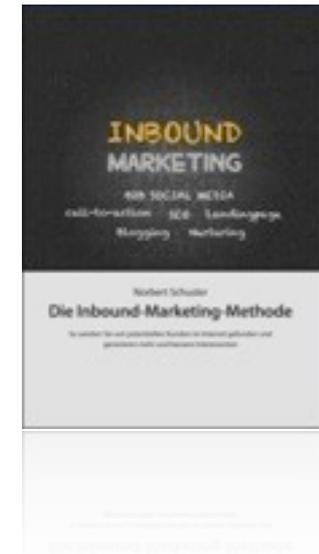
## Vertriebs- und Marketingleitung

- CRM-Systeme
- Business-Publishing
- „Mind Manager“ - Aufbau der europäischen Vermarktung
- Mit-Gründer **pcvisit** Software AG



## Autor:

- Die Inbound Marketing Methode
- Twittern für Manager
- 30 Minuten vom Mind Mapping zum BusinessMapping
- Office-Lösungen mit MindManager



# Wie kann man das Internet und Social Media nutzen um...

-  potentiellen Kunden und Mitarbeitern aufzufallen
-  Marktpräsenz aufzubauen
-  besser gefunden zu werden
-  mehr und bessere Interessenten zu generieren
-  den Kontakt zu Kunden zu halten

# Der „klassische“ Weg...

Outbound-Marketing -

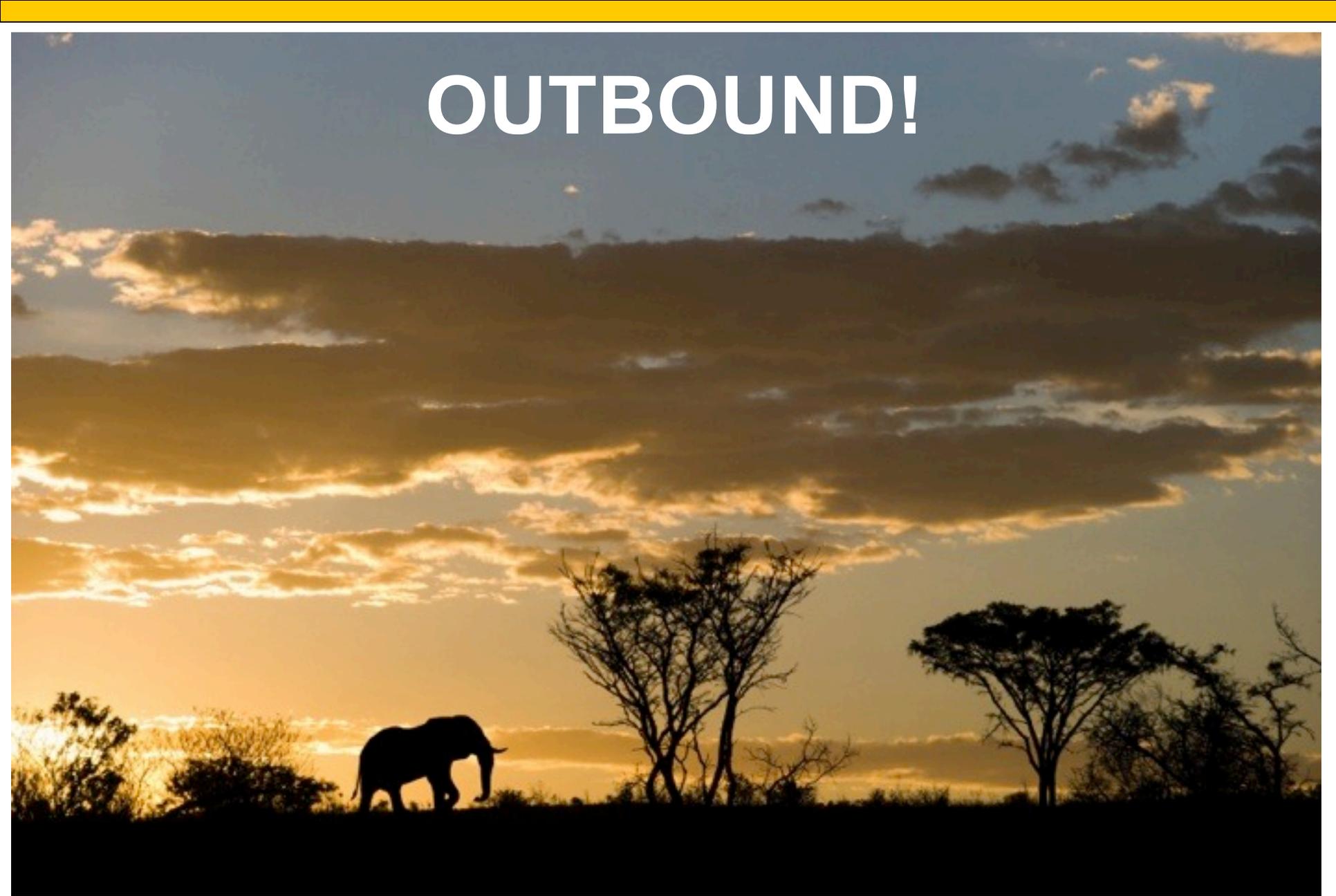
Kaltakquise, Mailing, TV,  
Radio – funktionieren immer schlechter.

- unterbricht/stört den Empfänger.
- falsche Botschaft zur falschen Zeit.
- wahrscheinlich kein Bedarf, keine Kaufabsicht.

Wie kann man das besser machen?

Was tut man, wenn man Elefanten fotografieren möchte?

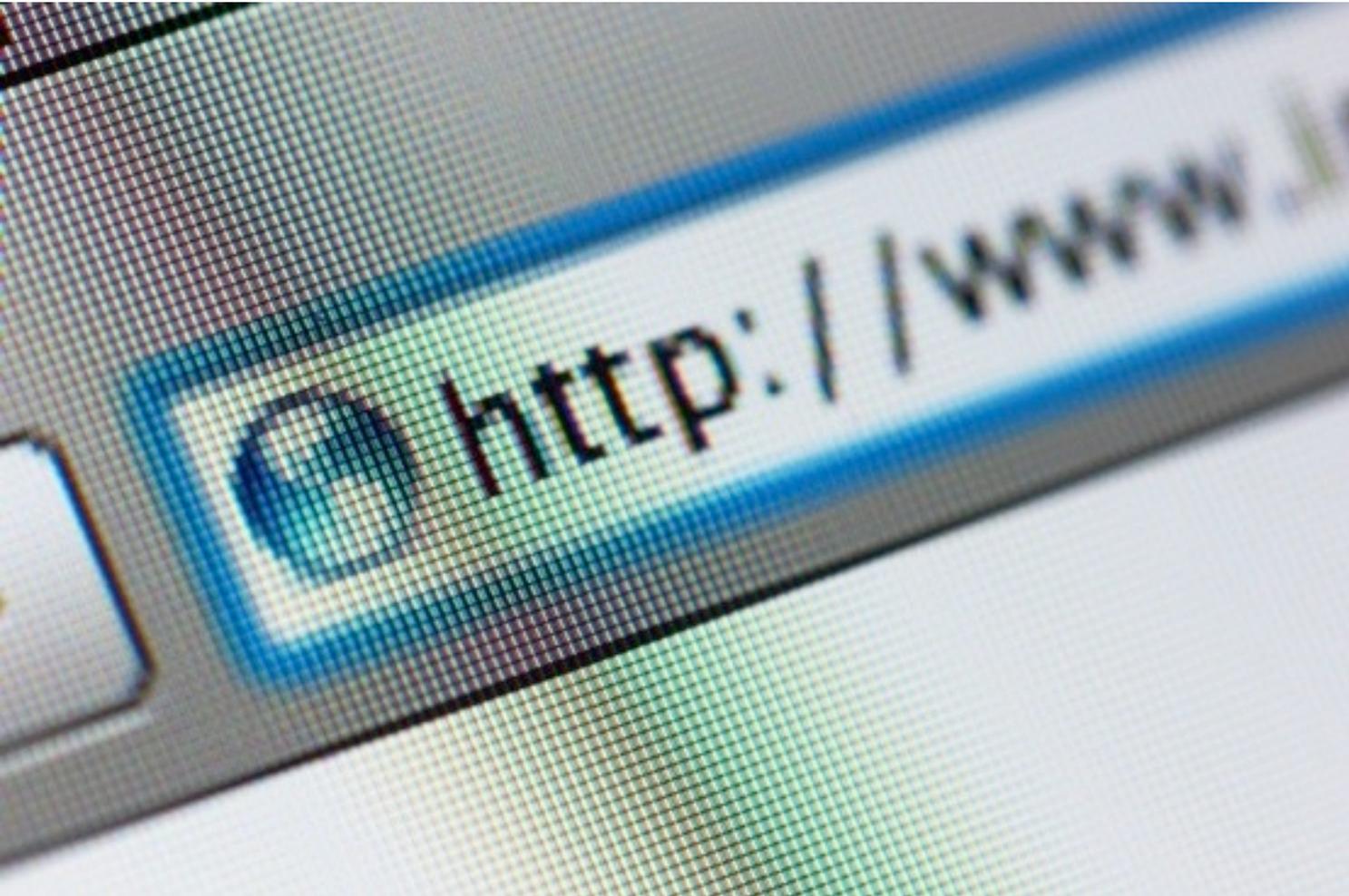
# OUTBOUND!



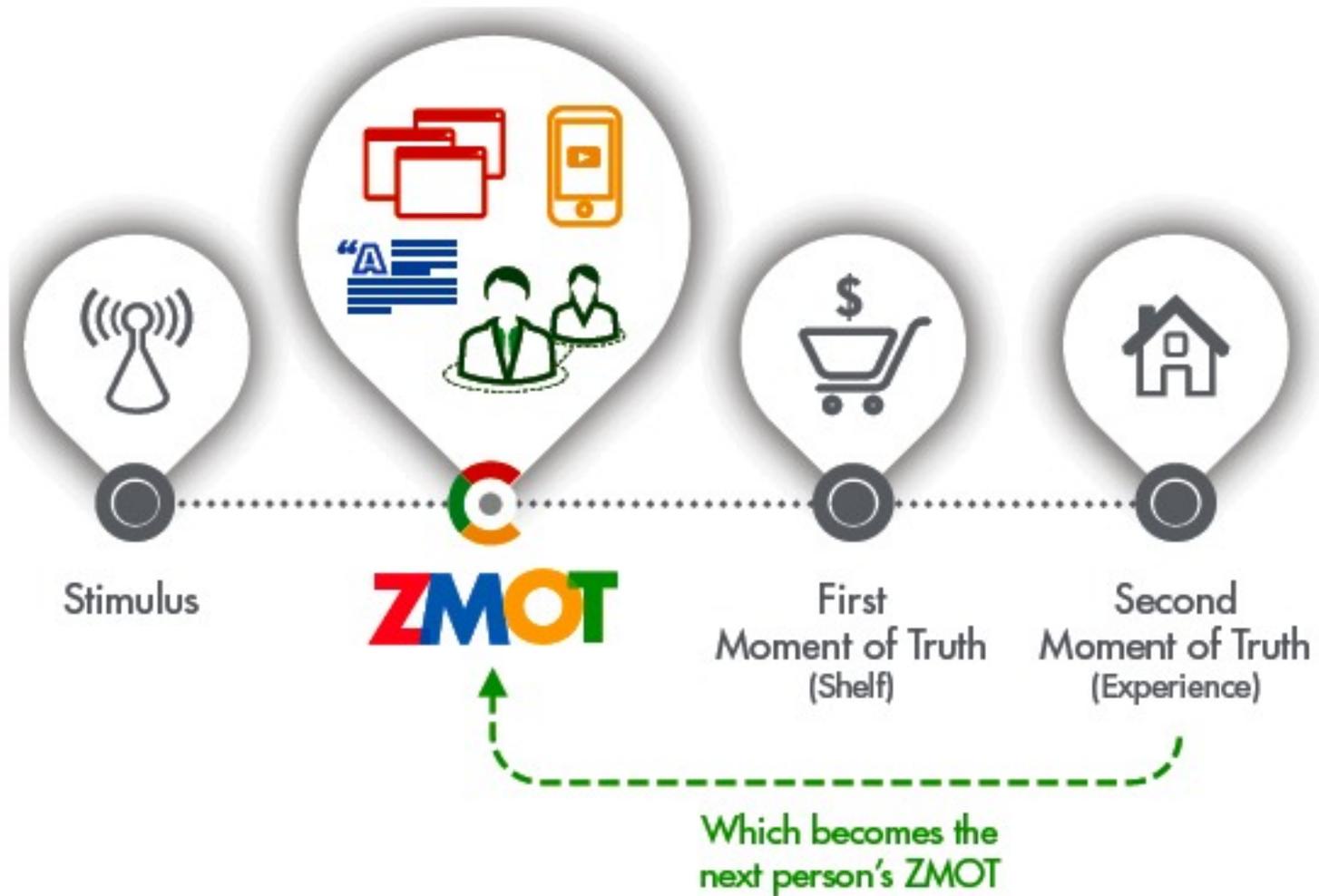
# Die „Wasserloch – Strategie“



# Was muss man in Internet beachten?



# ZMOT - Zero moment of truth



Quelle: <http://www.zeromomentoftruth.com/>

Und...

Die Kaufprozesse im B2B  
Geschäft haben sich  
verändert.

# Der neue B2B Kaufprozess

84% aller B2B Geschäfte  
werden im Internet generiert oder  
beeinflusst.

Quelle: Sirius Decisions

Rund 90% der Internet-Nutzer  
informieren sich auf Firmenseiten.

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach

# Der Blickwinkel

## Ego-Poster<sup>©</sup>

Verhalten von vielen Unternehmen und Personen im Internet und in den Social Kanälen.

Gekennzeichnet durch einen intensiven Gebrauch der Worte: **ICH, WIR, UNSERE** usw. und der ausgiebigen Auflistung von **Features** und **Kaufaufforderungen**.

Quelle: Norbert Schuster, strike2



# Fazit: Man kann das Internet und Social Media nutzen um...

 potentiellen Kunden aufzufallen

 Marktpräsenz aufzubauen

 besser gefunden zu werden

 mehr und bessere

 entwickeln

 über mich und meine Produkte sprechen

 Umsatz zu generieren

**Wenn man es richtig einsetzt!!!**

# Das ist Inbound-Marketing!

- Sie stellen einen Zustand her, indem Interessenten Sie finden.
- Der Empfänger...
  - beschäftigt sich mit Ihrem Thema
  - ist schon auf Ihr Thema aufmerksam geworden und sein Bedarf ist schon geweckt.
  - sucht aktiv Informationen und hat wahrscheinlich eine Kaufabsicht.

# Die Inbound Marketing Methode

## **Gefunden werden:**

- **Social Media**
- Webseite
- Blog
- Inhalte + Mehrwerte

## **Bewertungen:**

- **Social Media**

## **Konvertieren**

- Webseite
- Inhalte + Mehrwerte

**Aus anonymen Besuchern „bekannte“ Interessenten machen.**

**Interessenten zu Kunden entwickeln.**

## **Messen, Analysieren & optimieren**

**Welche Aktivität bringt wie viel Interessenten und Umsatz?**

**Strategie, Persona & Inhalte/Mehrwerte**

# Das Persona-Konzept – „C.S.I. Wunschkunde“



# Das Persona-Konzept

Personas (*lat. Maske*) sind „Nutzermodelle“.

- Typischer (Wunsch-)Kunde, Webseitenbesucher, Interessent, Mitarbeiter
- Profil (Alter, Position usw.)
- Merkmale/Verhalten (Verantwortlichkeit, Schmerzpunkte, Motivatoren usw.)
- Einfühlen in den Wunschkunden → Empathie

# Wasserloch-Tipp



Was bewegt Elefanten?

- Trinken, Essen, Fortpflanzung, Sicherheit...
- Wann fühlen sie sich wohl?
- Wann flüchten sie?
- Wann greifen sie an?
- Wer ist der natürlich Feind?

# Nehmen wir mal an...

ich könnte Ihnen 50 potentielle Wunschkunden in diesen Raum beamen.

Welche Personen würden Sie sich wünschen?

# Die „Bernd Webers dieser Welt“

Selbstständiger IT-Spezialist/Supporter **Herausforderung:** Mit Support Geld

– Er liebt es mehr zu wissen als andere. Er löst gerne Probleme und arbeite sich gerne in neue Themen und Produkte ein.

**Verantwortlichkeit:** Er baut IT-Infrastruktur auf und sorgt dafür, dass die IT seiner Kunden funktioniert.

**Pain-Points:** Es ist schwierig seine Leistung zu monetarisieren und die entsprechende Anerkennung zu bekommen.

verdienen.

**Alter:** 30 – 40 Jahre

**Position:** Inhaber

**Typus:** Stimulanz, Helfer, Neugier

**Antrieb:**

- Mehr Wissen
- Probleme lösen
- Geld ist zweitrangig

**Validierung:**

- c't, iX
- Foren
- ...
- ...



# Beispiel: Personas Fitness-Studio

Rentner will beweglich bleiben

- .....
- .....
- .....

Business-Mensch  
mit Rückenproblemen

- .....
- .....
- .....

Der Bodybuilder

- .....
- .....
- .....

Ich will abnehmen

- .....
- .....
- .....

Burnout

- .....
- .....
- .....



# Ihre Persona(s)

Wer sind Ihre Wunschkunden?

Beginnen Sie mit einem Kunden-Typus → Persona

Wer ist ein typischer Vertreter Ihrer Persona?

# Ihre Persona(s)

Ihre Persona: \_\_\_\_\_

## Profil

- |                                       |                                      |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Alter        | <input type="checkbox"/> Erfahrung   |
| <input type="checkbox"/> Position     | <input type="checkbox"/> Branche     |
| <input type="checkbox"/> Besonderheit | <input type="checkbox"/> Firmengröße |

# Das „Strickmuster“ meiner Persona



# Persona-Profil

## **Verantwortlichkeit**

Welchen Bereich bzw. welches Thema verantwortet Ihre Persona?

# Persona-Profil

## Schmerzpunkte

Welche „Schmerzen“ hat Ihre Persona in Bezug auf Ihr Angebot?  
Welches Problem will Ihre Persona lösen? Was beschäftigt Ihre  
Wunschkunden?

# Persona-Profil

## Erfolg

Was bedeutet „beruflicher Erfolg für Ihre Persona? Was passiert, wenn Ihre Persona alles richtig gemacht hat und den Erfolg ernten kann?

# Persona-Profil

## Katastrophe/Desaster

Was könnte ein Desaster für Ihre Persona sein, wenn sie sich für Ihr Angebot entscheidet? Was kann Ihrer Persona im schlimmsten Fall passieren, wenn etwas schief geht?

# Persona-Profil

## **Influencer**

Wer beeinflusst Ihre Persona? Fachabteilung, Einkauf, usw.

# Persona-Profil

## Nutzen

Welchen Nutzen bieten Sie Ihrer Persona?

# Was ist Nutzen?

„Wir bieten ausgezeichnete Qualität.“

„Wir sind seit 20 Jahren auf dem Markt.“

„Wir nutzen neueste Technologie.“

USW. USW.

# Ist KEIN Nutzen!!!

# Nutzen-Matrix

„Wir bieten ...“

Das bedeutet für Ihre Persona:

- damit sparen Sie ...
- damit erreichen Sie ...
- das optimiert Ihr ...
- damit gewinnen Sie ...
- das versetzt Sie in die Lage ...
- das bedeutet für Sie ...

**Geld**

Macht

**Sicherheit**

Neugier

**Zeit**

Anerkennung

*ourselves with*

**con·tented**

*satisfied: a con*

**con·tent·ed**

**con·tent·r**

*smile of con ntr*

**con·tent<sup>2</sup>**

*is contained in*

*bottle, pocket ○ T*

*contents. ○ She*



# Inhalte und Mehrwerte

Inhalte und Mehrwerte sind der Treibstoff von  
Online-Marketing und Social Media-  
Aktivitäten!

Kein Mensch will Werbung!

Aber jeder möchte Hilfe und wertvolle Inhalte!

# Inhalte / Themen → Persona

- ☺ Welche Probleme haben Menschen, die zu Ihnen kommen könnten?
- ☺ Die Dos and Dont's für Ihr Thema
- ☺ In 10 Schritten zum erfolgreichen...
- ☺ Nutzen Ihres Angebotes
- ☺ FAQs / How to...
- ☺ Success Stories
- ☺ Anwender berichten
- ☺ Wie startet man?
- ☺ Was sollte man am Anfang vermeiden?
- ☺ Methoden, Techniken, Geräte
- ☺ Neuigkeiten
- ☺ Trends in Ihrer Branche
- ☺ Partner-Beiträge
- ☺ Welche Kundennutzensteigerung bieten Sie?

# Inhalte / Formate → Persona

-  Blog-Artikel
-  Xing-Gruppen-Beitrag
-  Pressemeldungen
-  Checklisten
-  Webinare
-  eBook
-  Anwenderbericht
-  Leitfaden

-  Testimonial
-  Referenz
-  Video  
Image, Webcast,  
Interview, How to... )
-  Podcast
-  ...

# Inhalte für Persona „Rückenschmerzen“?

## **Business-Mensch mit Rückenproblemen**

- Welche Arten von Rückenschmerz gibt es?
- Symptome und Ursachen von Rückenprobleme
- Operation oder Training?
- Auswirkung von Krafttraining auf den Rücken
- 10 goldene Regeln der Rückenschule
- Vorbereitung für Rückentraining
- Was kann man falsch machen?
- Wie oft und wie lange sollte man trainieren?
- Trainingsplan für einen starken Rücken
- Welche Übungen können Sie in Ihren Alltag integrieren?
- Geräte für Rückenstärkung
- So hat Herr Müller seine Rückenschmerzen besiegt
- ...



**Words**

... he added.  
... is sombre but th

# Was sind Keywords?

Ein Schlüsselwort bzw. eine Kombination von Schlüsselwörtern ist ein Wort bzw. eine Wortkombination, die jemand in eine Suchmaschine eingibt.

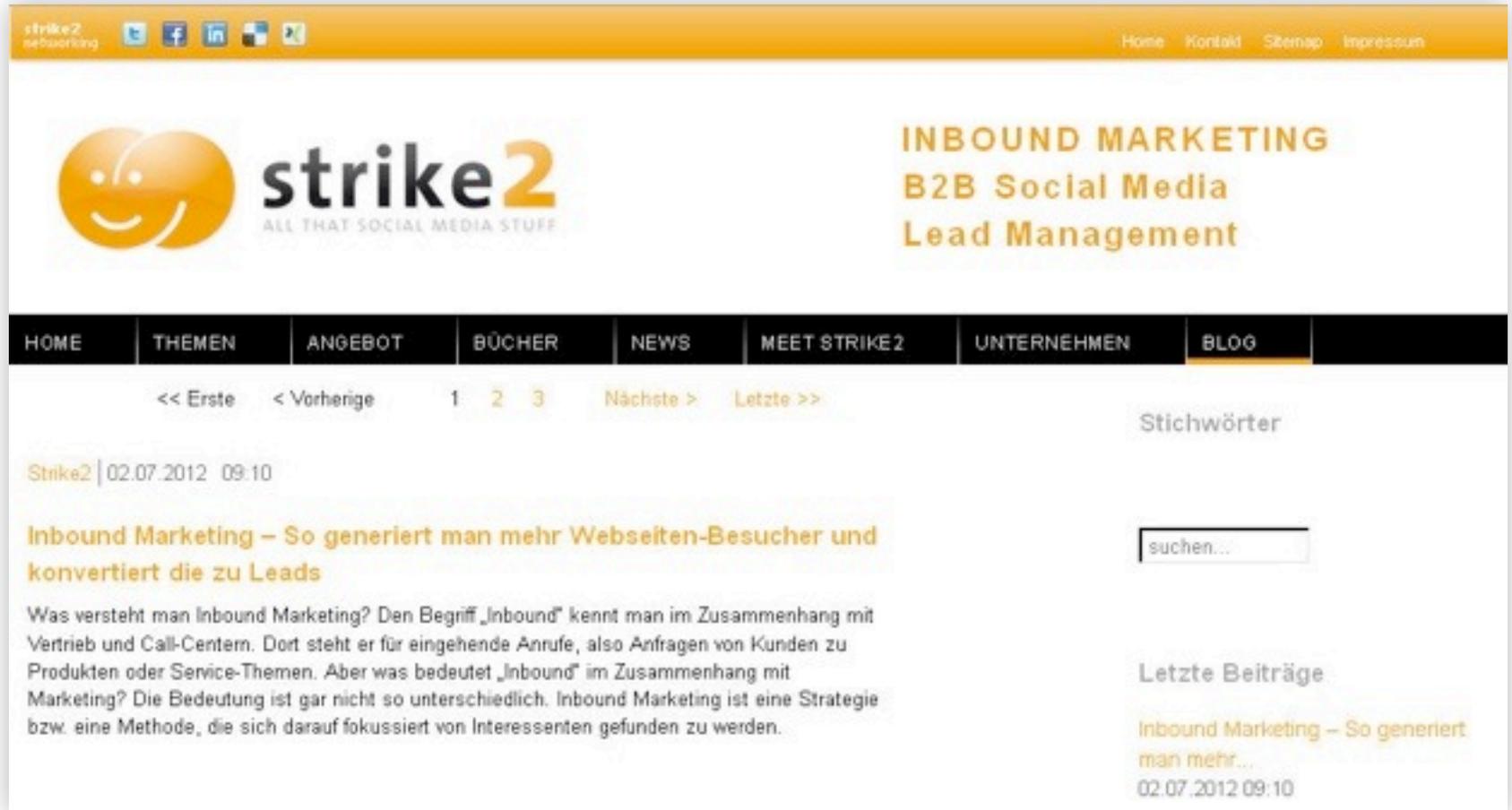
Wichtig ist hierbei die Begriffe zu finden, die die potenziellen Kunden eingeben, nicht die Begriffe die intern im Unternehmen benutzt werden.

# Die Webseite



- Mehr als eine Visitenkarte oder Prospekt!
- **Optimiert für Personas und Suchmaschinen!**
- Attraktive Angebote und Mehrwerte

# Blog



The screenshot shows the homepage of the strike2 blog. The header features the strike2 logo (a smiling face) and the tagline "ALL THAT SOCIAL MEDIA STUFF". To the right, it lists services: "INBOUND MARKETING", "B2B Social Media", and "Lead Management". A navigation bar includes links for HOME, THEMEN, ANGEBOT, BÜCHER, NEWS, MEET STRIKE2, UNTERNEHMEN, and BLOG. Below the navigation, there are pagination controls and a search bar. The main content area displays a blog post titled "Inbound Marketing – So generiert man mehr Webseiten-Besucher und konvertiert die zu Leads" with a sub-header "Strike2 | 02.07.2012 09:10". The post text discusses the concept of Inbound Marketing in relation to sales and customer inquiries. On the right side, there is a "Stichwörter" section with a search input field and a "Letzte Beiträge" section listing the current post.

strike2 networking

Home Kontakt Sitemap Impressum

**strike2**  
ALL THAT SOCIAL MEDIA STUFF

**INBOUND MARKETING**  
**B2B Social Media**  
**Lead Management**

HOME THEMEN ANGEBOT BÜCHER NEWS MEET STRIKE2 UNTERNEHMEN **BLOG**

<< Erste < Vorherige 1 2 3 Nächste > Letzte >>

Strike2 | 02.07.2012 09:10

**Inbound Marketing – So generiert man mehr Webseiten-Besucher und konvertiert die zu Leads**

Was versteht man Inbound Marketing? Den Begriff „Inbound“ kennt man im Zusammenhang mit Vertrieb und Call-Centern. Dort steht er für eingehende Anrufe, also Anfragen von Kunden zu Produkten oder Service-Themen. Aber was bedeutet „Inbound“ im Zusammenhang mit Marketing? Die Bedeutung ist gar nicht so unterschiedlich. Inbound Marketing ist eine Strategie bzw. eine Methode, die sich darauf fokussiert von Interessenten gefunden zu werden.

Stichwörter

suchen...

Letzte Beiträge

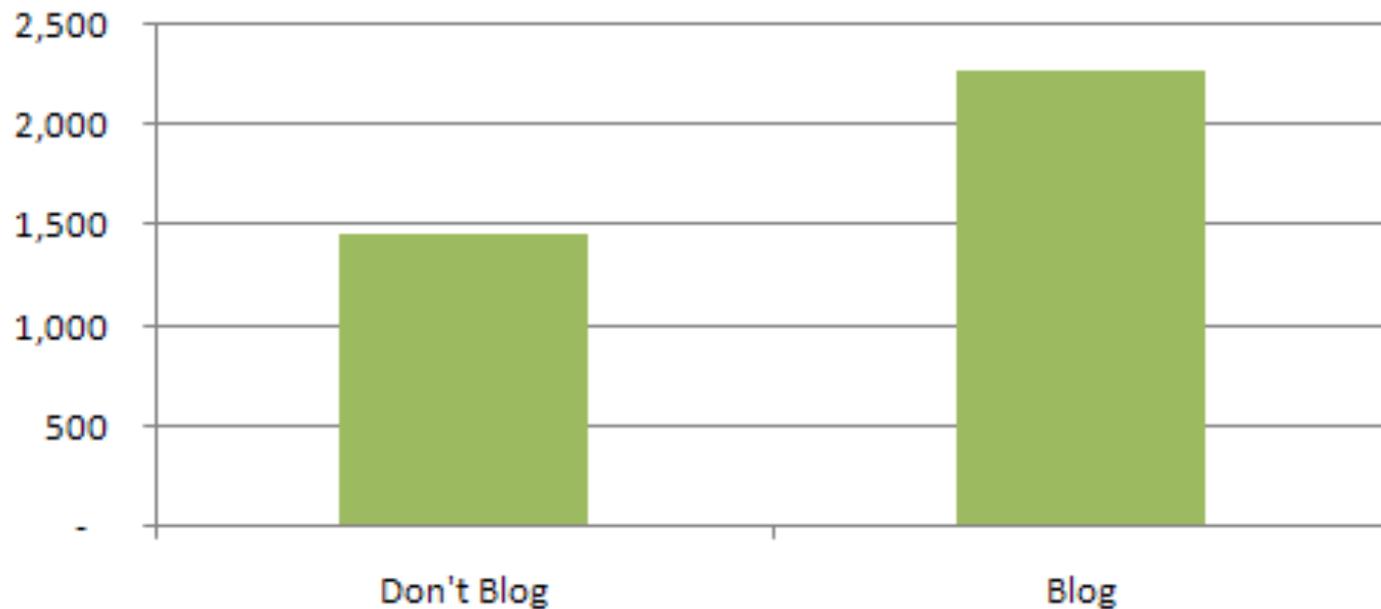
**Inbound Marketing – So generiert man mehr...**  
02.07.2012 09:10

# Warum sollte man Bloggen?

Mit einem Blog kann man sich als Experte für ein Fachgebiet platzieren. Ein aktiver Blog mit relevanten und wertvollen Inhalten hilft dem Autor dabei, in Google gut gerankt und damit gefunden zu werden.

Blog+SEO+Social Media = Besucher.

## 55% More Website Visitors for Companies That Blog



Quelle: [www.hubspot.com](http://www.hubspot.com)



# Social Media



# Welche Kanäle machen wofür Sinn?



Titelbild ändern



# Norbert Schuster

Informationen bearbeiten    Aktivitätenprotokoll    ⚙️

- Inhaber bei strike2
- Wohnt in Kleinostheim
- Verheiratet
- Aus Kleinostheim

Info



Freunde 355



Fotos 2



Karte 11



„Gefällt mir“-Anga...

2

- Status
- Foto
- Ort
- Lebensereignis

Was machst du gerade?

Freunde  
355 Freunde

Alle anzeigen



**strike2**

100 „Gefällt mir“-Angaben

✓ Gefällt dir

Nachricht senden

Unternehmen

Social Media Coach, Seminare, Workshops, Beratung,  
Interims Vermarktungsmanager

100

Blog



Info

Fotos

„Gefällt mir“-Anga... Blog

Impressum

Höhepunkte ▾

Status Foto / Video Veranstaltung, Meilenstein +

Schreib etwas ...

**69** Freunden  
gefällt strike2 **strike2** hat sein/ihr Titelbild aktualisiert.  
30. April

Sie sind Administrator dieser Seite. [Zu dieser Seite wechseln](#)

# Inbound Marketing Deutschl...

strike2 Business



www.Inbound-Mark...  
+1

IN DEN KREISEN VON 1 ANDE...



- Beiträge
- Info
- Fotos
- Videos

Inbound Marketing Deutschland hat noch nichts mit Ihnen geteilt.  
Die Wahrscheinlichkeit, dass andere Personen Inhalte mit Ihnen teilen, ist größer, wenn Sie sie zu Ihren Kreisen hinzufügen.  
strike2 Business

# INBOUND MARKETING

B2B Social Media

SEO

Keywords

Bloggen

Landingpages

calls-to-action

Lead Nurturing

Analyse

Optimierung

Powered by:  
www.strike2.de

**Inbound Marketing DE**  
Mein Profil ansehen

74  
TWEETS

162  
FOLGT

69  
FOLLOWER

140

Twittern

Wem soll ich folgen? · Aktualisieren · Alle anzeigen

@intel

Followed by Onlir, R-Man, r a...

Gesponsert · Folgen

×

Fra Wf r @f kC

Followed by norbertschuster and ...

Folgen

×

T A Hof @Tr Mr

Followed by norbertschuster and ...

Folgen

×

[Kategorien durchsuchen](#) · [Freunde finden](#)

Trends · Ändern

[#WorldAIDSDay](#) Gesponsert

[#fail](#)

[Justin Bieber](#)

## Tweets

C. .s' · @ stop' ip,

Die besten News kommen von innen.

Öffnen

**Social Media Tipps** @MediaTipp

RT @abcforum\_hh: Gesehen? Sammlung skurrilsten Bahn-Ansagen Deutschlands

Öffnen

**Social Media Tipps** @MediaTipp

RT @talentschmiede: Welchen iPad (Mi besten zum #SocialMedia Management?

Öffnen

**Social Media Tipps** @MediaTipp

RT @Social\_M\_Leser: #SocialMedia Es gleichen Weihnachtslieder, die in der Ad

Öffnen

JH' .CO' @rohiniecomde

[#outdoor](#) [#mode](#) Atlas for Men: Outdoor- Accessoires für Männer zu unglaublich g

[/taLv5T](#) 18

Öffnen

( Wi: c @Ai 3el

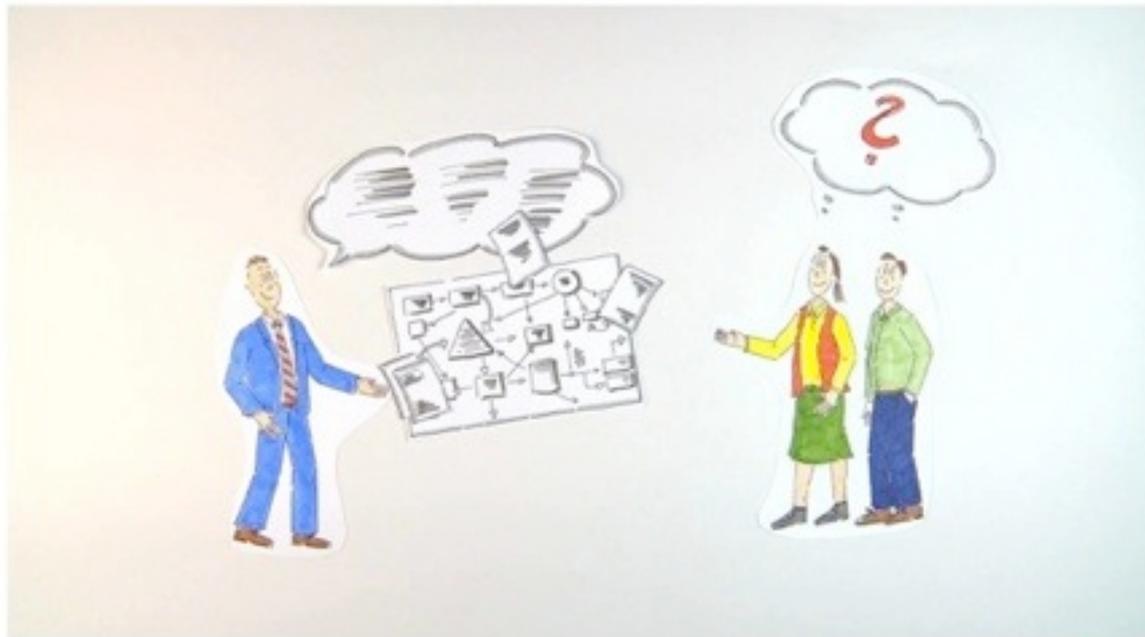
DANKE, BITTE und WÜNSCHE (Teil 1).. (01.12.2012, 18:25) in Gruppe "Internet M

[/11gVWRMW](#)

Öffnen

# Video / YouTube Kanal

Das PICTIS-Projekt



einfach erklärt - in Bildern

### 20 Social Media Tips - Tips zur Entwicklung einer Social Media Strategie für Ihr Unternehmen



## B2B Marketing Automation UK

Diskussionen Mitglieder Werbung Stellenmarkt Suche Mehr ...

Gruppe empfehlen | Gruppenregeln



Beginnen: Diskussion Umfrage

Diskussion beginnen oder etwas mit der Gruppe teilen ...

Ihre Aktivitäten

Ihre Ansicht auswählen \* NEU

Alle RSS-Diskussionen anzeigen \*



### Free Global Guide: 7 Steps for Using Twitter for Small Business

researchinformation.me · vor 3 Tagen



Twitter is an excellent tool to use for small businesses – this eBook...

Gefällt mir Kommentieren Melden Mehr

### Beliebtste Diskussionen



Bob Apollo folgen

### Why you have to become a marketing-driven sales organisation

inflexion-point.com

Is your organisation sales-driven or marketing-driven? That's the question posed in our latest guest contribution from Swayne Hill...

veröffentlicht: vor 15 Tagen

Conor Boyce vor 12 Stunden · Conor Boyce gefällt das.

4 Kommentare ansehen x



### Auswahl des Managers



2012 Sirius Decisions & Eloqua Winner Concur on Sales and Marketing Alignment

John Sweeney

Alle ansehen x

### Neueste Updates



Conor Boyce gefällt diese Diskussion von Bob Apollo

Why you have to become a marketing-driven sales organisation

Gefällt mir (3) · vor 12 Stunden

4 Personen wurden Mitglieder der Gruppe, einschließlich ...

vor 14 Stunden

John Sweeney gefällt diese Diskussion von John Sweeney

Short video : Marketing Automation = Sales and Marketing Alignment

Gefällt mir (1) · vor 18 Stunden

# Meist unterschätzt - Xing

Über 10 Millionen Mitglieder

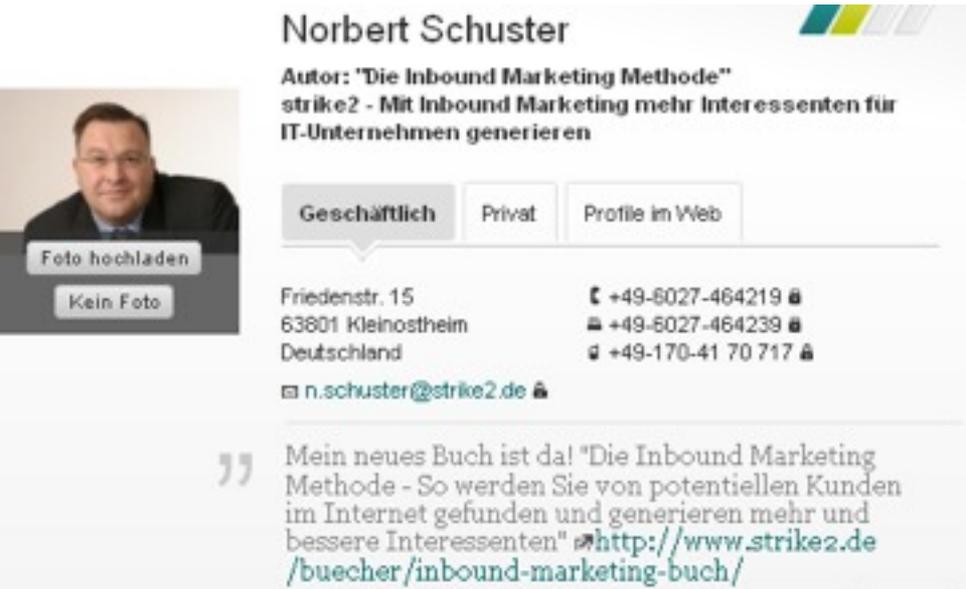
**B2B**



**Kontakte finden  
und in Kontakt  
treten**

**Kunden gewinnen  
Netzwerk aufbauen**

# Wie wird Xing „klassisch“ genutzt?



**Norbert Schuster**

Autor: "Die Inbound Marketing Methode"  
strike2 - Mit Inbound Marketing mehr Interessenten für IT-Unternehmen generieren

**Geschäftlich** | Privat | Profile im Web

Friedenstr. 15  
63801 Kleinostheim  
Deutschland

+49-6027-464219  
+49-6027-464239  
+49-170-41 70 717

n.schuster@strike2.de

Mein neues Buch ist da! "Die Inbound Marketing Methode - So werden Sie von potentiellen Kunden im Internet gefunden und generieren mehr und bessere Interessenten" <http://www.strike2.de/buecher/inbound-marketing-buch/>

- Adressbuch
- Mein Profil, meine Daten
- Kontakt halten
- usw.

- Meine Vita
- Headhunter
- usw.

2004 - 05/2011	<b>Vertriebsleiter, Leiter Unternehmenskommunikation und SocialMedia</b> (Gesellschafter/Partner, Direktor (Bereichsleiter, VP, SVP etc)) pcvisit Software AG - Software für Fernwartung, Online-Zusammenarbeit und ..., <a href="http://www.pcvisit.de">http://www.pcvisit.de</a> Branche: Computer Software, Softwareerstellung und Vertrieb, Beratung, Schulung, 11-50 Mitarbeiter
2000 - 2004	<b>Sales Director Europe</b> (Angestellter (Vollzeit), Direktor (Bereichsleiter, VP, SVP etc)) Mindjet GmbH, <a href="http://www.mindjet.de">http://www.mindjet.de</a> Branche: Computer Software, 51-200 Mitarbeiter Aufbau der europäischen Vertriebsorganisation, Händler- und Partnernetzwerkes Vermarktung der Software "MindManager" in Europa.

# Das Xing-Profil – Teil 1

Aktivitäten **Profildetails** Kontakte (3.949) Themen Zur Ansicht für Profilbesucher



Foto hochladen  
Kein Foto

## Norbert Schuster

Autor: "Die Inbound Marketing Methode"  
strike2 - Mit Inbound Marketing mehr Interessenten für IT-Unternehmen generieren

Geschäftlich Privat Profile im Web

Friedenstr. 15 +49-6027-464219  
63801 Kleinostheim +49-6027-464239  
Deutschland +49-170-41 70 717  
n.schuster@strike2.de

„ Mein neues Buch ist da! "Die Inbound Marketing Methode - So werden Sie von potentiellen Kunden im Internet gefunden und generieren mehr und bessere Interessenten" <http://www.strike2.de/buecher/inbound-marketing-buch/>

Bearbeiten Löschen

# Das Xing-Profil – Teil 2 Ich biete...

Ich biete



Persona!

Beschreibung und  
Schlüsselwörter!

Das Buch Die Inbound Marketing Methode	2
Interimsmanagement Vertrieb/Marketing	2
Bekanntheit und Reichweite für Ihre Produkte und Dienstleistungen mit Inbound und Outbound Strategie und Aktivitäten	3
Inbound Marketing und B2B Social Media für IT Unternehmen	3
Die Kombination von B2B SocialMedia und Inbound-Marketing (SEO - Webseitenoptimierung - Blog - Landingpages - call-to-actions - Lead Nurturing)	3
Social Media Coaching	2
Social Media Beratung	4
Social Media Strategie-Entwicklung	6
Social Media Handlungsempfehlung	3
Social Media Umsetzungsunterstützung (Aufbau und Betreuung von Social Media Präsenzen - Erstellung von Content und Mehrwerten - Publizieren)	2

# Das Xing-Profil – Teil 3 Ich suche...

## Ich suche



Chemie- oder allgemein produzierende Unternehmen, die Wertstoffe destillativ (unter Vakuum) Gewinnen oder Trennen möchten. Z.B. Rückgewinnung von Lösemitteln, Recycling von Wertstoffe, usw. --- Unternehmen aus der Lebensmittelbranche, die Produkte aufreinigen oder konzentrieren möchten --- Unternehmen, die Aroma oder Duftstoffe veredeln --- Pharmaunternehmen, die Lösungen für die Reinigung und Konzentration von Wirkstoffen/Pharmaprodukten suchen

**Neue Kunden? – wer sucht die nicht!**

# Das Xing-Profil – Teil 4 **Über mich**



Mit meinem Unternehmen strike2 biete ich Beratung, Webinare, Seminare, Workshops, Analysen, Strategieentwicklung, Konzepte, Handlungsempfehlungen, Umsetzungsunterstützung und Interims-Management zur Steigerung der Marktpräsenz und Interessentengenerierung von Unternehmen.

Seit über 20 Jahren beschäftige ich mich mit der Vermarktung von IT-Lösungen, Software-Produkten (z.B. CRM, Mind-Mapping, Online-Collaboration) und Web-Diensten. Ich habe verschiedene Software-Unternehmen sowie Vertriebs- und Marketingabteilungen aufgebaut und geleitet. Seit einigen Jahren beschäftige ich mich intensiv mit Social Media und wie Unternehmen das Internet erfolgreich zur Steigerung von Marktpräsenz und Interessentengenerierung einsetzen können.

# Die Xing-Suche

## Mitgliedersuche

Stichwörter   Tipps für Ihre Suche

<b>Person</b>	<b>Business</b>	<b>Adresse (geschäftlich)</b>
Vor-/Nachname <input type="text"/> <input type="checkbox"/> ähnlich	Firma (jetzt) <input type="text"/>	Position ( <input type="text"/> ←
Person bietet (z. B. Erfahrungen, Kompetenzen etc.) <input type="text"/>	Firma (zuvor) <input type="text"/>	PLZ ( <input type="text"/> ← Ort, geschäftlich <input type="text"/>
Person sucht (z. B. Projekt, Dienstleistung etc.) <input type="text"/>	Status <input type="text" value="(alle)"/>	Bundesland, geschäftlich <input type="text"/>
Interessen <input type="text"/> ←	Branche <input type="text"/> ←	Land/Region, geschäftlich <input type="text" value="(alle)"/>
Hochschulen <input type="text"/>	Organisationen <input type="text"/>	Sprache <input type="text" value="(alle)"/>
<b>Kontaktgrad</b>		
<input checked="" type="radio"/> alle Mitglieder	<input type="radio"/> Kontakte meiner Kontakte	<input type="radio"/> meine Kontakte

# Was mache ich mit den Ergebnissen der Suche?

- Profil besuchen – Quote???
- Anrufen
- Nachricht senden
- Kontaktanfrage senden
- Kontakte 2. Grades nutzen
- **In eine Gruppe einladen**

Norbert Schuster

Autor: "Die Inbound Marketing Methode"  
strike2 - Mit Inbound Marketing mehr Interessenten für  
IT-Unternehmen generieren



## Besucher Ihres Profils



GmbH - Datenrettung -  
Datensicherheit



GmbH: Wir analysieren



it GmbH

A close-up photograph of a person's hand holding a pen, positioned over a large stack of papers and documents. The papers are of various colors and are neatly stacked. The background is a plain, light-colored wall.

Online-PR

→ Internet-



Fachportale

Facebook



Youtube



Leitungslog



Twitter



Paper II



Webseite



Online-PR



Press



SEO



AdWords



Xing-Profil



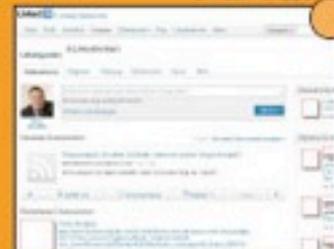
Xing-Gruppe



LinkedIn-Profil



LinkedIn-Gruppe



Blog



# Konvertieren

strike2 eBook:

## Inbound Marketing für IT-Hersteller & Systemhäuser

Sind Sie IT-Hersteller, Dienstleister oder ein IT-Systemhaus? Fragen Sie sich, wie wichtig das Internet für Ihr Geschäft ist? Möchten Sie wissen, ob und wie Sie sich mit den die sozialen Netzwerke – Xing, Twitter, Facebook & Co. – beschäftigen sollten?

Dieses eBook gibt Ihnen einen Überblick über die Möglichkeiten der „neuen“ Internet-Medien und zeigt wie Sie mit der richtigen Nutzung mehr und bessere Interessenten gewinnen können.

Die Antwort auf die Frage:

### Wie wichtig ist die Webseite und Social Media für IT-Hersteller und Systemhäuser?

strike2 eBook:

### Inbound Marketing für IT-Hersteller & Systemhäuser



Interessiert? – Dann fordern Sie hier das kostenlose eBook „Inbound Marketing für IT-Hersteller & Systemhäuser

Ihr Name:\*

Ihre E-Mail Adresse:\*

\* Mit Absenden dieser Erklärung willige ich in die Erhebung, Speicherung und Verarbeitung meiner Daten durch strike2 – Norbert Schuster ein. Weiterhin bin ich damit einverstanden, dass meine E-Mail Adresse und meine persönlichen Daten von strike2 – Norbert Schuster dazu verwendet werden, mich über Produkte, Leistungen und Serviceangebote ausschließlich von der strike2 – Norbert Schuster via Email zu informieren. Meine Einwilligung zur Erhebung, Speicherung und Verarbeitung meiner Daten sowie meine Zustimmung zum Empfang der beschriebenen Informationen kann ich jederzeit gegenüber strike2 – Norbert Schuster widerrufen.

Anfordern

# Was wir bisher getan habe.

- Webseite optimiert
- Blog gestartet
- In den Socia Media Kanälen gepostet.

Das generiert (mehr) Traffic → neue Besucher.

Jetzt kümmern wir uns darum aus diesen Besuchern Leads zu machen.

# Konvertierung

Konvertierung ist ein Tausch:

Guter, attraktiver Content bzw. Mehrwert gegen  
eine Adresse und Opt-In/Double-Opt-In.

# Interessenten entwickeln

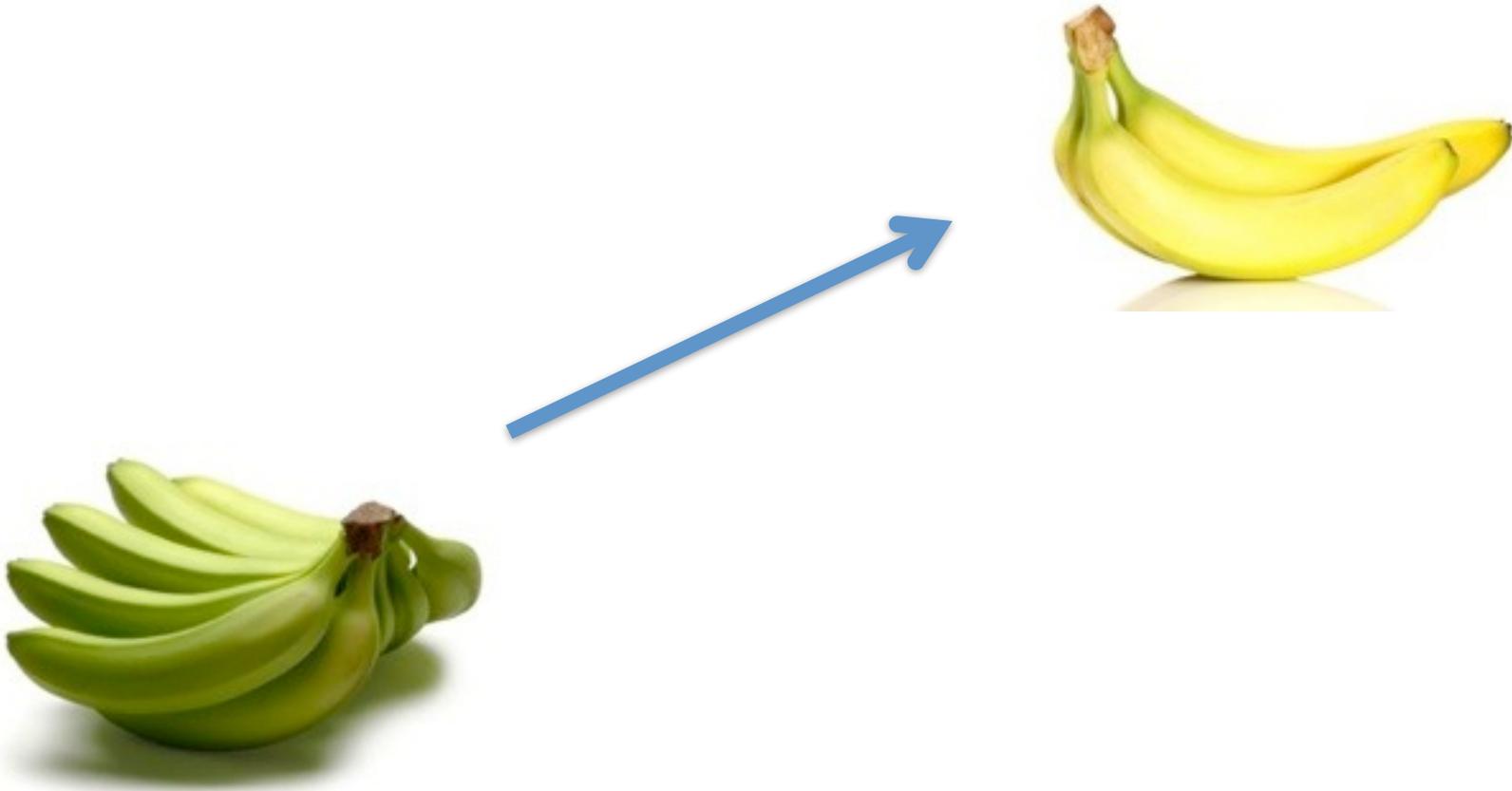


# Wie aus Leads Kunden werden.

- Nur 25% der Leads sind reif für den Vertrieb.
- 50 % sind qualifiziert aber noch nicht „vertriebs-reif“.



# Wie entwickelt man Interessenten?



# Lead Nurturing

Der Begriff „Lead Nurturing“ beschreibt, wie man einem Interessenten die richtigen, relevanten Informationen zum richtigen Zeitpunkt anbietet, um so den Interessenten bis zur „Kaufreife“ zu entwickeln.

# Der Kaufprozess

## Welche Stufen führen zum Kauf?

- Impuls – Warum sucht Ihre Persona eine Lösung?
- Interesse – Aufmerksamkeit erlangen
- Informieren - Informationsbedarf bedienen
- Evaluieren – Welche Lösungen und Anbieter gibt es?
- Bewerten – Wer ist der richtige Anbieter?
- Kaufen – Warum soll ich jetzt kaufen?

# Verkaufstrichter



Ihre Inhalte/ Mehrwerte	Aufgabe/Antwort	Persona 1	Persona 2
<b>Impuls</b>	Woher kommen Impulse für Ihre Persona(s) sich mit einem Thema zu beschäftigen?		
<b>Suche</b>	Wo sucht Ihre Persona(s) nach Produkten/Lösungen?		
<b>Evaluieren</b>	Welche Informationen helfen Ihrer Persona eine Entscheidung zu treffen?		
<b>Bewerten</b>	Wie bewertet Ihre Persona(s) Anbieter?		
<b>Kaufen</b>	Wo und wie kaufen Ihre Persona(s)?		

# Lead Nurturing

10. Tag

5. Tag

1. Tag

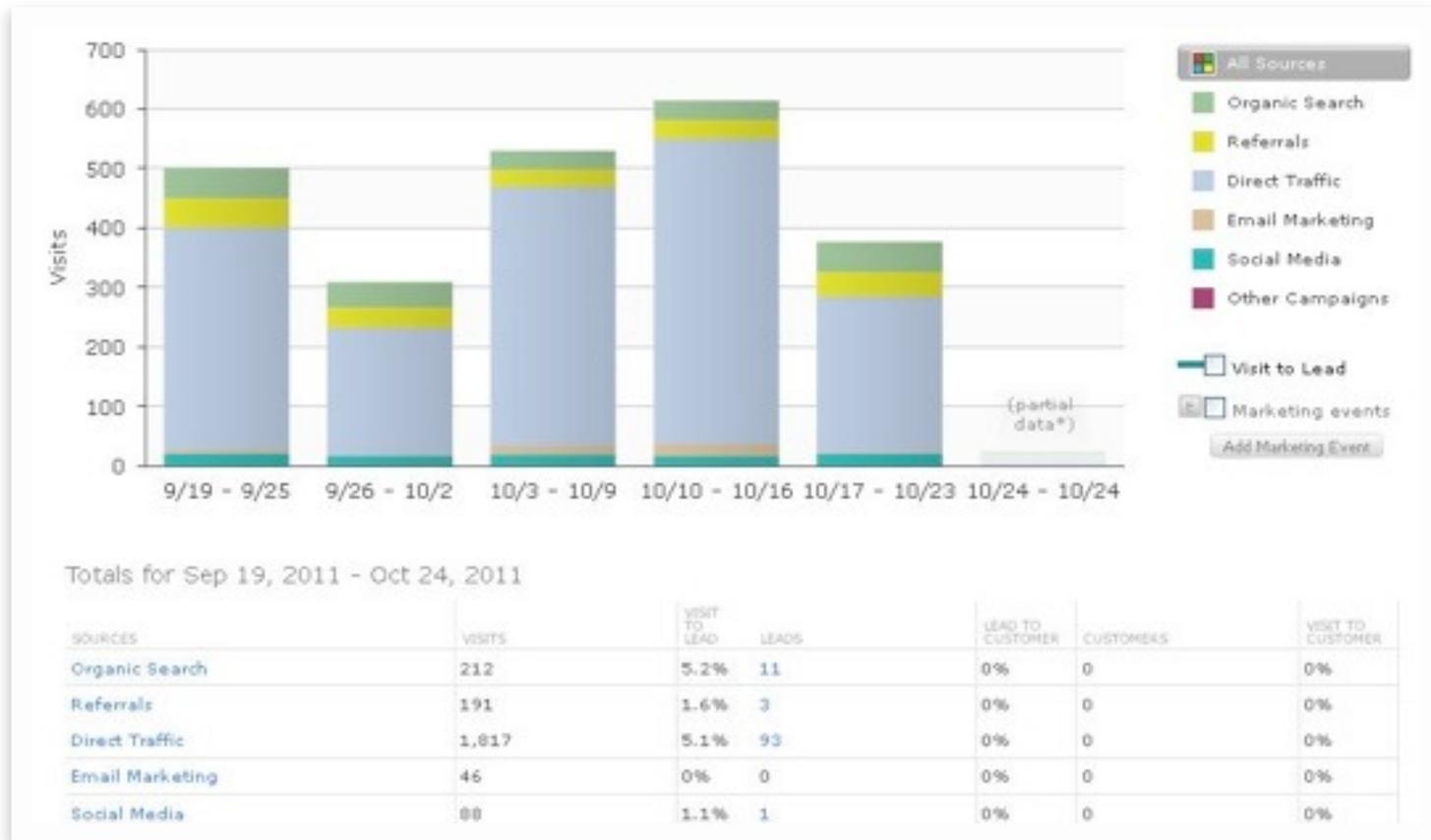
The screenshot shows the top of the Strike2 website. The header includes the Strike2 logo (a smiling orange face) and the text "strike2 ALL THAT SOCIAL MEDIA STUFF". Below the header, there's a navigation bar with "Inbound Marketing Whitepaper" and "Jetzt Bes". The main content area features a heading "Inbound Marketing Whitepaper" and a sub-heading "Interessiert? - Die Whitepaper an. Die Form, die mit ausgefüllt werden". Below this, there's a form with fields for "Vorname", "Nachname", and "Ihre E-Mail-Adresse". A blue arrow points from the bottom right of this page towards the 1. Tag page.

This is a screenshot of the form from the landing page at Day 1. It shows the top part of the form with the Strike2 logo and the heading "Interessiert? - Die Whitepaper an. Die Form, die mit ausgefüllt werden". The form fields for "Vorname" and "Nachname" are visible, but the "Ihre E-Mail-Adresse" field is not yet filled. A blue arrow points from the bottom right of this page towards the 5. Tag page.

This is a screenshot of the form at Day 5. The form is now partially filled out. The "Vorname" field contains "Bertram Schuster" and the "Nachname" field contains "Schuster". The "Ihre E-Mail-Adresse" field is still empty. A blue arrow points from the bottom right of this page towards the 10. Tag page.

This is a screenshot of the form at Day 10. The form is now fully filled out. The "Vorname" field contains "Bertram Schuster" and the "Nachname" field contains "Schuster". The "Ihre E-Mail-Adresse" field contains "bertram.schuster@strike2.de". A blue arrow points from the bottom right of this page towards the 10. Tag page.

# Messen und Optimieren



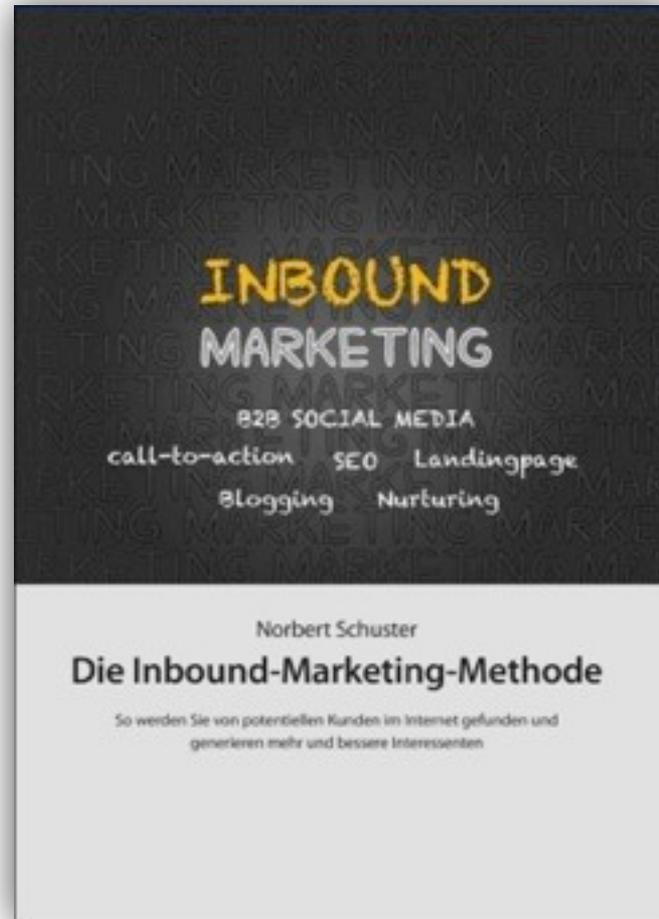
# Analyse und Optimierung.

Nur was man messen kann, kann man auch optimieren!

Was ist Ihr Hauptziel? – Traffic auf der Webseite oder auf Ihrem Blog? Mehr Besucher oder bessere Konvertierung? ...

Das Buch:

# „Die Inbound-Marketing-Methode“



# Mein Angebot

## Workshops, Seminare, Beratung, Strategie, Konzept, Umsetzungsunterstützung



## Lead-Coach

- Inhalte und Mehrwerte
- Webseite und Landingpages.
- Social Media Präsenzen
- Blog betreiben.
- Xing-Gruppe
- Redaktionsplan
- Messen und optimieren.
- Tools und Plattformen
- „Sparringspartner“

strike2  
Norbert Schuster

Tel. 06027-464219

[www.strike2.de](http://www.strike2.de)

[n.schuster@strike2.de](mailto:n.schuster@strike2.de)



Xing: [http://www.xing.com/profile/Norbert\\_Schuster](http://www.xing.com/profile/Norbert_Schuster)

Twitter: [http://twitter.com/strike2\\_DE](http://twitter.com/strike2_DE)

Facebook: <https://www.facebook.com/strike2.de>

### **Social Media...**

→ **Workshop – Beratung – Strategie - Schulung – Handlungsempfehlung  
– Umsetzungsunterstützung – Interimsmanagement ...**