



InBlurbs Inbound Marketing Agentur

Case Study

Chemie- und erdölverarbeitende Industrie

Zusammenfassung

Das Ziel war es, mehr B2B-Kunden international zu erreichen und den Unternehmensumsatz nachhaltig zu steigern. Es wurden Public Relations und Marketing zum Zwecke der Lead-Generierung durchgeführt, so wie Corporate Blogging, Erstellung von Whitepapers, Case-Studies und Pressemitteilungen.

Der Projektzeitraum erstreckte sich von Februar 2011 bis Mai 2013.

Über den Kunden

Gesellschaftsform: GmbH

Branche: Chemie- und erdölverarbeitende Industrie

Jahresumsatz: 12.750.000 €

Mitarbeiter: 14

Region: Nordrhein-Westfalen, Deutschland

Absatzmarkt: weltweit

Herausforderungen

- Marktreichweite erhöhen und mehr B2B-Kunden international erreichen
- Unternehmen als kompetente und zuverlässige Quelle festigen
- Jahresumsatz nachhaltig steigern

Die Lösung

Public Relations und Marketing zum Zwecke der Lead-Generierung mittels Content-Marketing in deutscher und englischer Sprache.

Regelmäßig veröffentlichte Fachartikel im Corporate Blog. Erstellung und Veröffentlichung von Whitepapers zu Themen der chemischen und erdölverarbeitenden Industrie. Erstellung und Veröffentlichung von Case-Studies zu Kundenherausforderungen und möglichen Lösungen.

Veröffentlichung und Verteilung von Bildern der Produkte und Video-Sequenzen über den Entwicklungs- und Produktionsprozess des Unternehmens.

Erstellung, Veröffentlichung und Verteilung von Pressemitteilungen und Platzierung von Fachartikeln in Fachzeitschriften.

Disclaimer

Der Autor übernimmt keine Verantwortung oder Haftung für Fehler oder Auslassungen im Inhalt. Die Informationen werden ohne Gewähr für Vollständigkeit, Richtigkeit, Nützlichkeit oder Aktualität bereitgestellt. Die dargestellte Entwicklung ist historisch und die Entwicklung in der Vergangenheit ist kein verlässlicher Indikator für künftige Ergebnisse.



InBlurbs Inbound Marketing Agentur

Case Study

Chemie- und erdölverarbeitende Industrie

Qualifizierte Lead-Verkaufschancen-Generierung, Lead-Pflege und Konversion von generierten Leads.

Marketing-Aktivitäten wie E-Mail-Newsletter und ein monatlicher Infobrief in Form von produktrelevanten Broschüren für neue Interessenten und bestehende Kunden, Content, Design und Distribution aufgesetzt.

Ergebnisse

Insgesamt wurden eintausendsechshundertachtundsechzig Fachartikel, elf Whitepapers, achtunddreißig Case-Studys, einhundertachtzehn Bilder und Videosequenzen und vierzehn Pressemitteilungen erstellt, veröffentlicht und distribuiert. Des Weiteren wurden neun Gastartikel in internationalen Fachzeitschriften platziert.

Diese nachhaltigen Maßnahmen führten im Zeitraum von achtundzwanzig Monaten zu einer messbar um siebenundfünfzig Prozent gestiegenen Markenreichweite.

Im Zuge dessen wurde das Unternehmen internationalen zukünftigen Kunden als Marke, kompetente und zuverlässige Quelle vorgestellt.

Der Jahresumsatz wurde mit steigender Tendenz nachhaltig im genannten Zeitraum um vierzehn Prozent (+14 %) gesteigert.

Für jeden investierten Euro, den das Unternehmen in diese Maßnahmen einbrachte, wurde ein messbares Umsatz-Plus von vier Euro und fünfundneunzig Cent (€4,95) erwirtschaftet.

[Erfahren Sie hier, wie Sie mehr Kunden gewinnen und Ihren Umsatz auf intelligente Weise steigern. Fordern Sie hier Ihr gratis Vorab-Gespräch an!](#)

Oder scannen Sie dazu diesen QR Code



Disclaimer

Der Autor übernimmt keine Verantwortung oder Haftung für Fehler oder Auslassungen im Inhalt. Die Informationen werden ohne Gewähr für Vollständigkeit, Richtigkeit, Nützlichkeit oder Aktualität bereitgestellt. Die dargestellte Entwicklung ist historisch und die Entwicklung in der Vergangenheit ist kein verlässlicher Indikator für künftige Ergebnisse.