



InBlurbs Inbound Marketing Agentur

Case Study

Elektroindustrie und Elektronik Handel

Zusammenfassung

Das Ziel war es, mehr B2B- und B2C-Kunden im DACH zu erreichen und den Unternehmensumsatz nachhaltig zu steigern. Es wurden Inbound-Marketing-Maßnahmen zum Zwecke der Lead-Generierung durchgeführt, so wie Corporate Blogging, Erstellung von Whitepapers, Case-Studies und Pressemitteilungen. Der Projektzeitraum erstreckte sich von April 2012 bis Mai 2014.

Über den Kunden

Gesellschaftsform: GmbH

Branche: Elektroindustrie und Elektronik Handel

Jahresumsatz: 28.670.000 €

Mitarbeiter: 11

Region: Nordrhein-Westfalen, Deutschland

Absatzmarkt: DACH

Herausforderungen

- Marktreichweite erhöhen und mehr B2B- und B2C-Kunden im DACH erreichen
- Unternehmen als kompetente und zuverlässige Quelle etablieren
- Jahresumsatz nachhaltig steigern

Die Lösung

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

Das regelmäßige Veröffentlichen von kundenorientierten Fachartikeln im Corporate Blog. Erstellen und Veröffentlichen von relevanten Whitepaper-Themen und Case-Studys zu Kundenherausforderungen und angebotenen Produkten und Lösungen.

Veröffentlichen und Verteilen von Bildern der Produkte und Video-Sequenzen des Unternehmens.

Erstellen, Veröffentlichen und Verteilen von Pressemitteilungen und Platzierung von Fachartikeln in relevanten Online-Blogs und 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

Elektroindustrie und Elektronik Handel

Generieren qualifizierter Leads Verkaufschancen, Lead-Pflege und Konversion generierter Leads.

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

Ergebnisse

Insgesamt wurden siebenhundertzwanzig Fachartikel, vier Whitepapers, sechs Case-Study`s, einhundert Bilder und Videosequenzen und vier Pressemitteilungen erstellt, veröffentlicht und distribuiert.

Des Weiteren wurden sieben Gastartikel in Online-Blogs und Fachzeitschriften platziert.

Diese Inbound-Marketing-Maßnahmen führten nachhaltig im Zeitraum von vierundzwanzig Monaten zu einer messbar um neunundvierzig Prozent gestiegenen Markenreichweite.

Im Zuge dessen wurde das Unternehmen im DACH-RAUM zukünftigen Kunden als Marke, kompetente und zuverlässige Quelle vorgestellt.

Der Jahresumsatz wurde nachhaltig im genannten Zeitraum um siebzehn Prozent (+17 %) gesteigert. Für jeden investierten Euro wurde ein messbares Umsatz-Plus von fünfzehn Euro und fünfundzwanzig Cent (€15,25) 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.