



InBlurbs Inbound Marketing Agentur

Case Study

Gesundheitswesen

Zusammenfassung

Das Ziel war es, mehr B2B 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 2019 bis Mai 2021.

Über den Kunden

Gesellschaftsform: GmbH

Branche: Gesundheitswesen

Jahresumsatz: 21.670.000 €

Mitarbeiter: 14

Region: Nordrhein-Westfalen, Deutschland

Absatzmarkt: DACH

Herausforderungen

- Marktreichweite erhöhen und mehr B2B 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 .

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

Gesundheitswesen

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 vierhundertachtzig Fachartikel, sieben Whitepapers, zwölf Case-Study's, einhundert Bilder und Videosequenzen und sieben Pressemitteilungen erstellt, veröffentlicht und distribuiert.

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

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

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

Der Jahresumsatz wurde nachhaltig im genannten Zeitraum um sechszehn Prozent (+16 %) gesteigert. Für jeden investierten Euro wurde ein messbares Umsatz-Plus von zehn Euro und sechsundfünfzig Cent (€10,56) 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.