



InBlurbs Inbound Marketing Agentur

Case Study

Versicherung – Finanzdienstleistungen – Immobilien

Zusammenfassung

Das Ziel war es, mehr B2B-Kunden international zu erreichen und den Unternehmensumsatz nachhaltig zu steigern. Es wurden Inbound-Marketing und Public Relations Maßnahmen zum Zwecke der Lead-Generierung durchgeführt, so wie Corporate Blogging, Erstellung von Whitepapers, Case-Studies und Pressemitteilungen. Der Projektzeitraum erstreckte sich von Februar 2018 bis Mai 2020.

Über den Kunden

Gesellschaftsform: GmbH

Branche: Versicherung – Finanzdienstleistungen - Immobilien

Jahresumsatz: 3.400.000 €

Mitarbeiter: 7

Region: Nordrhein-Westfalen, Deutschland

Absatzmarkt: Deutschland

1

Herausforderungen

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

Die Lösung

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

Regelmäßig veröffentlichte Fachartikel im Corporate Blog. Erstellung und Veröffentlichung von Whitepapers zu Themen wie Versicherung – Finanzdienstleistungen - Immobilien. Erstellung und Veröffentlichung von Case-Studies zu Kundenherausforderungen, möglichen Lösungen und Dienstleistungen.

Veröffentlichung und Verteilung von Bildern der Produkte und Video-Sequenzen über Dienstleistungen des Unternehmens.

Erstellung, Veröffentlichung und Verteilung von Pressemitteilungen und Platzierung von Fachartikeln in Themenrelevanten 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

Versicherung – Finanzdienstleistungen – Immobilien

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

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

Ergebnisse

Insgesamt wurden fünfhundert Fachartikel, sechs Whitepapers, elf Case-Studys, einhundert Bilder und Videosequenzen und zehn Pressemitteilungen erstellt, veröffentlicht und distribuiert. Des Weiteren wurden sieben Gastartikel in Blogs und Fachzeitschriften platziert.

Diese nachhaltigen Maßnahmen führten im Zeitraum von vierundzwanzig Monaten zu einer messbar um einundvierzig Prozent gestiegenen Markenreichweite. Im Zuge dessen wurde das Unternehmen zukünftigen Kunden als Marke, kompetente und zuverlässige Quelle vorgestellt.

Der Jahresumsatz wurde mit steigender Tendenz nachhaltig im genannten Zeitraum um dreiundzwanzig Prozent (+23%) gesteigert.

Für jeden investierten Euro, den das Unternehmen in diese Maßnahmen einbrachte, wurde ein messbares Umsatz-Plus von zwei Euro und dreiundsechzig Cent (€2,63) 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.