

Digital Marketing für B2B («DMAB2B»)

Lernen Sie die B2B-Besonderheiten im Digital Marketing anhand konkreter Beispiele kennen. Online-Awareness, Service-Blog, Lead-Dialog, CRM-Automation, Mobile Marketing und 1:1-Newslettermarketing sind Stichwörter des digitalen B2B-Marketings.

Dauer: 1 Tag

Preis: 850.- zzgl. 8.1% MWST

Inhalt

Gerade im B2B-Bereich ist der Kaufentscheidungsprozess von Neukunden ein zeit- und dialogintensiver komplexer Vorgang. Der digitale Kanal spielt in den Bereichen Awareness (Aufmerksamkeit erhalten), Interest (Interesse wecken) und Consideration (Berücksichtigen) eine entscheidende Rolle. Auch bei Bestandskunden liegen Potenziale im After Sales und in der Kundenbindung mit 1:1-Personalisierung und geschicktem Newsletter- und Social-Media-Marketing brach. Viele Unternehmen im B2B-Bereich sind klassisch als Verkaufsorganisation mit Telefon- und Messe-Akquise aufgestellt und vernachlässigen die digitalen Möglichkeiten. Dies wiederum bietet innovativen B2B-Unternehmen die Chance, auf sich aufmerksam zu machen.

Wo sprechen Sie welche Zielgruppe mit welchem Zweck und welchem Inhalt effektiv an? Im Kurs erlangen Sie die wichtigsten Erkenntnisse des Online-Nutzerverhaltens von B2B-Entscheider kennen und entdecken Trends, Thesen und Erfolgsfaktoren im B2B-Umfeld für Online-Marketing. Sie lernen den Zusammenhang von SEO/SEA für Awareness-Generierung sowie E-Mail-Marketing, Inbound-Marketing, Social Media und Content-Marketing für Interest, Consideration und Retention kennen. Entscheidungsträger sind oft viel unterwegs, dieser Kurs betrachtet deshalb explizit die Besonderheiten von Mobile Marketing für B2B.

- Status Quo und generelle Trends im B2B-Online-Marketing
- Die Online-Customer-Journey und Use Cases für Neukunden und Kundenbindung
- Chancen und Trends im E-Mail-Marketing für B2B
- Potenzial und Gefahren von Social-Media-Marketing für B2B
- Content-Marketing für B2B: Positionierung und Service
- Erfolgsfaktoren für den Online-Kanal-Mix
- Veränderungen im Suchmaschinen-Marketing/SEA/SEO
- The world is mobile: Welche Rolle spielt das für B2B-Unternehmen?
- Aufbau einer Digital-Marketing-Strategie für B2B
- Benchmarks und ausgewählte Praxisbeispiele
- Wege und Methoden strategischer Planung
- Controlling, Messung und Auswertung

Key Learnings

- Einblick in die B2B-Customer-Journey
- Welche Instrumente und Taktiken sind wo einsetzbar
- Konkrete Fallbeispiele aus der Praxis
- Grundlegendes Rüstzeug für Ihre eigene B2B-Digital-Marketing-Strategie

Zielpublikum

Dieses Seminar richtet sich an Marketingleiter/innen, Geschäftsführer/innen und Digital-/Online-Marketing-Manager.

Bitte bringen Sie Ihren eigenen Laptop mit.

Sie können damit das Gezeigte und Erlernte direkt auf Ihrer Umgebung abspeichern und für die tägliche Arbeit im Unternehmen umgehend einsetzen. Falls Sie über keinen Laptop verfügen, können wir Ihnen einen Computer zur Verfügung stellen. Bitte melden Sie sich nach Kursanmeldung bei info@digicomp.ch.

Haben Sie Fragen oder möchten Sie einen Firmenkurs buchen?

Wir beraten Sie gerne unter 044 447 21 21 oder info@digicomp.ch. Detaillierte Infos zu den Terminen finden Sie unter www.digicomp.ch/weiterbildung-media-communication/digital-marketing/data-analytics/kurs-digital-marketing-fuer-b2b