

Pressemitteilung

Mit nutzwertigem Content neue Kunden gewinnen

Die Top-10-Content-Formate für ein erfolgreiches Lead-Management

Starnberg, 21. Juni 2016 +++ Um auf sich aufmerksam zu machen und neue Kunden zu gewinnen, setzen viele Unternehmen auf Inbound-Marketing in Verbindung mit einem professionellen Lead-Management. Die wachsende Anzahl an Kanälen und Touchpoints macht es jedoch zunehmend schwieriger, potenzielle Kunden während ihrer Customer Journey gezielt anzusprechen. Erfolgsentscheidend ist es, eine nutzwertige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt über den geeigneten Kanal zu liefern – und natürlich im passenden Format. SC-Networks, Hersteller der E-Mail-Marketing-Automation-Lösung Evalanche (www.evalanche.com) und Spezialist für automatisiertes Lead-Management, stellt die Top-10 der Content-Formate für ein erfolgreiches Lead-Management vor (in alphabetischer Reihenfolge):

1. Anwenderberichte & Success Stories

Referenzen und Projektbeispiele überzeugen den Leser von der Erfahrung des Anbieters und zeigen, wo das Produkt oder die Lösung bereits erfolgreich im Einsatz ist. Wichtig: Je authentischer der Bericht wirkt – zum Beispiel durch anschauliches Bildmaterial oder Anwenderzitate –, desto überzeugender ist er.

2. Bilder & Infografiken

Visuelle Informationen können oft schneller und nachhaltiger verarbeitet werden als reiner Text. Mit Bildern oder Infografiken lassen sich selbst komplexe Sachverhalte kompakt und strukturiert darstellen. Wichtig: Wer auf Bildmaterial aus Bilddatenbanken im Internet zurückgreift, sollte auf eine lizenzrechtlich korrekte Verwendung achten.

3. Checklisten & Tipps

Kaum ein anderes Content-Format erlaubt es, Informationen so übersichtlich zu strukturieren, zu kategorisieren und zu priorisieren. Ob als 10-Punkte-Plan, 5 Tipps oder Top-20-Übersicht – Auflistungen stellen immer eine Abwechslung zur Informationsvermittlung im Fließtext dar und erhalten von Suchmaschinen ein positives Ranking.

4. E-Books & Whitepaper

Um einen fundierten Überblick zu einem bestimmten Thema zu bieten, eignen sich E-Books und Whitepaper besonders gut. In der Erstellung gehören sie zwar zu den aufwändigsten Content-Formaten, dafür lassen sie sich aber über einen längeren Zeitraum und vielfältig nutzen – zum Beispiel als Basis für Fachartikel oder Social-Media-Posts.

5. Erklärfilme & Video-Tutorials

Neben Bildern und Infografiken sind Videos eines der beliebtesten Content-Formate, um komplexe Informationen anschaulich zu vermitteln oder Prozesse und Funktionen zu erläutern. Sie bieten vor allem emotionale Reize und einen hohen Unterhaltungswert. Damit eignen sie sich besonders als Sharing-Content für soziale Netzwerke.

6. Fachberichte

Fachartikel sind eine gute Möglichkeit, um Fachkompetenz zu kommunizieren. Ein Bericht in einem reichweitenstarken Fachmagazin zählt auf die Reputation des Autors ein. Mit Online-Veröffentlichungen profitieren Unternehmen gleich mehrfach: von besserem Suchmaschinenranking, Shares und Likes in sozialen Medien und mehr Traffic auf der eigenen Website.

7. Newsletter & Mailings

E-Mails spielen insbesondere für das Lead-Nurturing und die Kundenbindung eine wichtige Rolle. Entscheidend für den Erfolg von Mailings und Newslettern sind eine konkrete Zielgruppen- bzw. Persona-Ausrichtung, ein ansprechendes Design sowie eine sorgfältige Kampagnen-Planung.

8. Produktproben & Demoverversionen

Eine angebotene Lösung nicht in allen Details beschrieben zu bekommen, sondern sie auch einfach mal ausprobieren zu dürfen, ist für Interessenten von unschätzbarem Wert. Dabei sollten die wichtigsten Funktionen des Produkts oder der Leistung auch tatsächlich testbar sein.

9. Unternehmenswebsites & Corporate Blogs

Dreh- und Angelpunkt der Unternehmens-Präsentation im Internet sind die eigene Website und der Corporate Blog. Beides sollte übersichtlich, informativ und im Hinblick auf die Buyer Personas gestaltet sein. Der Suchmaschinenoptimierung tragen zudem die passenden Keywords Rechnung.

10. Webinare

In einem Webinar erhält ein Interessent persönliche Erklärungen und anschauliche Darstellungen von Produkten und Lösungen. Im Gegensatz zu Messen und Konferenzen lassen sich Webinare kostengünstiger realisieren und – aufgezeichnet – auch langfristig als Content für das Lead-Management nutzen.

Darf es noch mehr Content sein?

Die Top-10-Content-Formate sind ein Auszug aus dem E-Book „Content – der Schlüssel zum erfolgreichen Lead-Management“. Es stellt noch weitere Content-Formate vor und zeigt auf, welche Inhalte sich für welche Phase in der Customer Journey bzw. im Verkaufsprozesses eignen – inklusive einer übersichtlichen Match-Matrix und anschaulichen Praxisbeispielen. Das E-Book steht unter www.sc-networks.de/download?n6=1 zum kostenfreien Download bereit.

Über SC-Networks und Evalanche

Die SC-Networks GmbH mit Sitz in Starnberg, Hersteller der E-Mail-Marketing-Automation-Lösung Evalanche, wurde 1999 gegründet und unterhält je eine Vertretung in der Schweiz und Österreich. Evalanche ist eine der modernsten webbasierten E-Mail-Marketing-Automation-Lösungen auf dem europäischen Markt. Evalanche wurde speziell für Agenturen und Marketing-Abteilungen größerer Unternehmen entwickelt und bietet eine Vielzahl von Marketing-Automation-Funktionalitäten für ein wirkungsvolles Lead Management. Evalanche wird in einem TÜV-zertifizierten Rechenzentrum in Deutschland gehostet und ist selbst seit 2011 in den Bereichen Funktionalität und Datensicherheit vom TÜV Süd zertifiziert. 2015 wurde SC-Networks vom TÜV Hessen nach ISO/IEC 27001 zertifiziert. Mehr als 2.000 Unternehmen setzen Evalanche international ein. Dazu zählen namhafte Firmen und Organisationen wie Avery Zweckform, Deutsche Messe, Hansgrohe, KUKA Roboter, KYOCERA Document Solutions, ÖKO-TEST, swissMilk, SWR, UNIQA Versicherungen sowie etliche Tourismusregionen, mehrere Hundert Hotels und über 250 Top-Agenturen.

Kontakt

SC-Networks GmbH

Martin Philipp
Enzianstr. 2
82319 Starnberg
Tel. +49 (0)8151/555-160
philipp@sc-networks.com
www.sc-networks.com

Möller Horcher Public Relations GmbH
Niederlassung Freiberg
Sandy Wilzek
Heubnerstr. 1
09599 Freiberg
Tel. +49 (0)3731/2070-910
sandy.wilzek@moeller-horcher.de
www.moeller-horcher.de