



Content-Manager-Fortbildung

Modul TM01: Digitale Marketing-Tools: Trends und Nutzung

Die vier Phasen der Inbound-Methodik

- ✓ Übung: Inbound-Marketing-Strategie: Für jede Phase des Inbound-Marketing sind geeignete Ziele, Wege zu deren Erreichung und KPI zur Effektivitätsmessung festzulegen.

CONTENT-MARKETING-PLANUNGSVORLAGE: SMART-ZIELE FESTLEGEN UND STRATEGISCHE AUSRICHTUNG

Phase und Ziele des Kundenlebenszyklus	SMART-Ziele	Strategien zur Zielerreichung	Schlüsselindikatoren (KPI)
REACH (erreichen) Steigerung der Markenbekanntheit und Aufrufe der Unternehmenswebsites, Apps und der Seiten in sozialen Netzwerken.			
ACT (interagieren) Steigerung der Publikumsinteraktion über Inhalte auf unternehmenseigenen Medienplattformen zwecks Gewinnung von Leads.			
CONVERT (konvertieren) Steigerung der Konversionsraten von Leads zu online oder offline erzielten Umsätzen.			
ENGAGE (binden) Steigerung der langfristigen Kundenbindung und -loyalität, was zu erneuten Verkäufen und Empfehlungen führt.			