



B2B Content-Marketing Strategie

Mit einem B2B-Blog erfolgreich Kunden gewinnen



Es ist mir Wurscht, wir ihr es nennt ...



eMAG

RYTE WIKI



TUTORIAL





Eines ist mir aber wichtig ...





Was wollen wir erreichen?



Mehr Umsatz und Gewinn



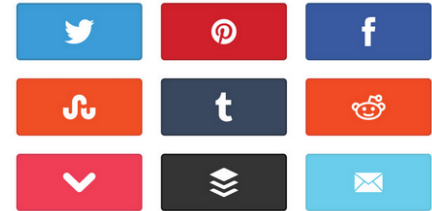


Wie mit Content mehr Umsatz & Gewinn machen?

Klärt eure Wunsch-Zielgruppe(n)

Löst mit eurem Content Probleme dieser Gruppe(n)

Macht die Lösung findbar





Es braucht Traffic, der sich vergolden lässt!

Der eingehende Traffic muss vorqualifiziert sein

Viel hilft nur selten viel. Suchvolumen ist oft kein Maßstab. User-Intention ist entscheidend!



In den Content Conversion-Elemente einbauen

Mehr Onlinemarketing-Lesestoff vom Team der "SEO Profi Berlin"

Wir sind uns sicher, dass Sie auch diese Blogbeiträge spannend und nützlich finden:

- [Website selber optimieren - Das gehört dazu!](#)
- [Conversion-Optimierung starten - So gelingt's!](#)
- [Form follows function - Webdesign & SEO](#)



Retargeting-Funnel an den Content binden





Es muss also verdammt viel gemessen werden ...



Rankings



Ad Performance



Website Performance
Pageviews & Interaktion



Conversions





Am Anfang steht die Recherche

<https://ubersuggest.io>

<https://answerthepublic.com>

<http://keywordshitter.com>

<https://keywordlocalizer.com>

<https://trends.google.com>

<https://www.google.com/trends/correlate>

<http://wortschatz.uni-leipzig.de>

<https://www.hashtags.org>

SERPs diverser Suchmaschinen

„Ähnliche Suchanfragen“

Ads in den Suchergebnissen

Mitbewerber-Websites



Attention = Aufmerksamkeit
z.B. mit W-Fragen



Interest = Interesse
durch Erwartungs-
konformität



Desire = Verlangen
z.B. Wiederansprache mit Produkt



Action = Handlung
z.B. Test, Aktion, Preis



Verpass' dem Content eine logische Struktur



Navigational content

- Startseite
- Kontaktseite
- Impressum
- Wir über uns



Informational content

- Blog / eMag
- Ratgeber
- Wiki / Glossar
- Tutorial / FAQ

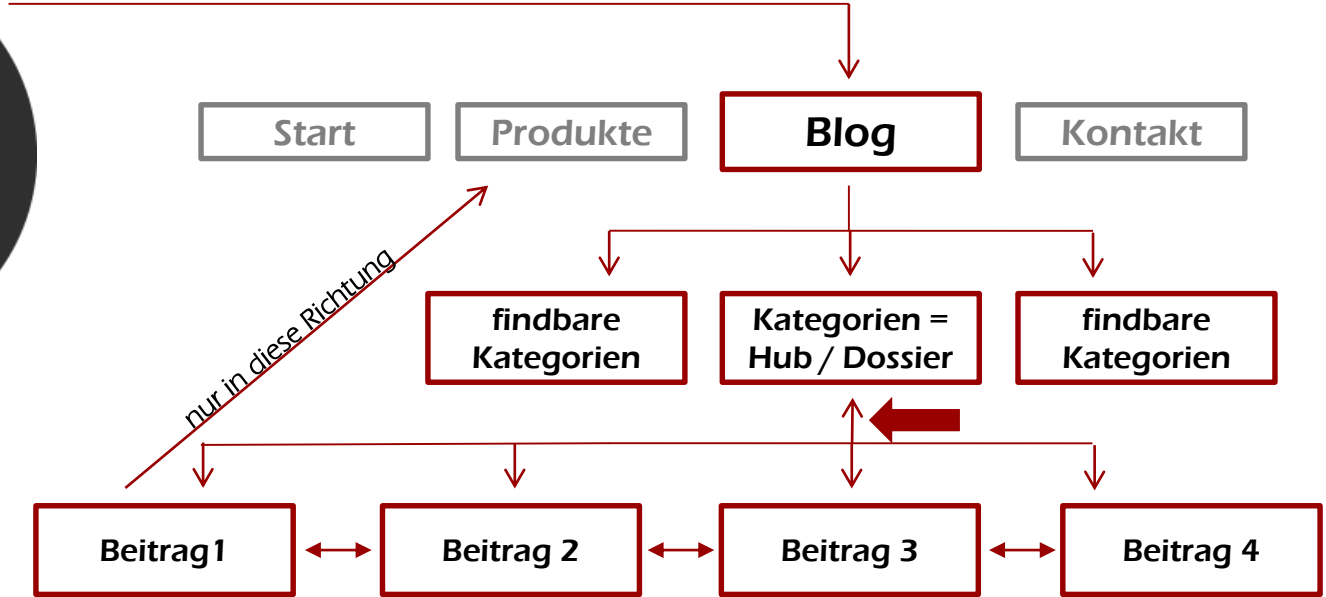


Transactional content

- Produktseiten
- Vergleichsseiten
- Aktionsseiten



Verpass' dem Content eine logische Struktur





Was den einzelnen Beitrag erfolgreich macht

ausreichende Informationstiefe
aktuell > wahr > verständlich
einzigartig > mit Mehrwert für Nutzer
suchmaschinenfreundlich

aussagekräftig & prägnant
Fakten, Fakten, Fakten
Expertise unter Beweis stellen
nix Wichtiges auslassen > WDF*IDF

das Wichtigste zuerst
auf Prosa verzichten
Zielgruppe im Blick behalten
Handlungsaufforderung einbinden



Multimedial agieren





Performance von Beiträgen prüfen

beginnend in der Webanalyse ...

Zielgruppe	Akquisition	Verhalten	Conversions Alle Zielvorhaben									
			Landingpage	Sitzungen	Neue Sitzungen in %	Neue Nutzer	Absprungrate	Seiten/Sitzung	Durchschnittl. Sitzungsdauer	Rate der Zielvorhaben-Conversion	Abschlüsse für Zielvorhaben	Zielvorhabenwert
	29.952 <small>% des Gesamtwerts: 68,29 % (43.862)</small>	81,77 % <small>Durchn. für Datenansicht: 78,53 % (4,13 %)</small>	24.493 <small>% des Gesamtwerts: 71,11 % (34.445)</small>	15,76 % <small>Durchn. für Datenansicht: 15,69 % (0,47 %)</small>	1,19 <small>Durchn. für Datenansicht: 1,27 (-6,60 %)</small>	00:03:04 <small>Durchn. für Datenansicht: 00:02:47 (10,74 %)</small>	0,17 % <small>Durchn. für Datenansicht: 0,60 % (-72,26 %)</small>	50 <small>% des Gesamtwerts: 18,94 % (264)</small>	16.524,73 € <small>% des Gesamtwerts: 15,78 % (104.714,83 €)</small>			
1. /seo/blog/google-analytics-richtig-einrichten.php	11.515 (38,44 %)	83,51 %	9.616 (39,26 %)	15,29 %	1,14	00:03:00	0,03 %	3 (6,00 %)	2.133,41 € (12,91 %)			
2. /seo/blog/website-selber-optimieren.php	5.191 (17,33 %)	86,44 %	4.487 (18,32 %)	13,60 %	1,22	00:03:32	0,08 %	4 (8,00 %)	3.086,15 € (18,68 %)			
3. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php	4.694 (15,67 %)	71,22 %	3.343 (13,65 %)	22,16 %	1,15	00:03:21	0,11 %	5 (10,00 %)	4.763,70 € (28,83 %)			
							0,07 %	1 (2,00 %)	227,93 € (1,38 %)			
		Quelle/Medium					3,14 %	22 (44,00 %)	1.431,33 € (8,66 %)			
			4.694 <small>% des Gesamtwerts: 10,70 % (43.862)</small>	71,22 % <small>Durchn. für Datenansicht: 78,53 % (-9,31 %)</small>	3.343 <small>% des Gesamtwerts: 9,71 % (34.445)</small>	22,16 % <small>Durchn. für Datenansicht: 15,69 % (41,23 %)</small>	1,15 <small>Durchn. für Datenansicht: 1,27 (-8,98 %)</small>	00:03:21 <small>Durchn. für Datenansicht: 00:02:47 (20,75 %)</small>				
1. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php	google / organic	3.853 (82,08 %)	80,22 %	3.091 (92,46 %)	12,35 %	1,16	00:03:39					
2. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php	(direct) / (none)	772 (16,45 %)	25,26 %	195 (5,83 %)	72,41 %	1,12	00:01:51					
3. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php	bing / organic	37 (0,79 %)	89,19 %	33 (0,99 %)	5,41 %	1,27	00:04:06					
4. /seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php	ecosia.org / referral	7 (0,15 %)	85,71 %	6 (0,18 %)	14,29 %	1,14	00:02:26					

Und was funktioniert nicht?





Performance von Beiträgen prüfen

... plus Check in Webmaster-Tools (z.B. GSC)

The screenshot shows the Google Search Console interface. On the left is a navigation menu with options: Übersicht, Leistung (highlighted with a red arrow), URL-Prüfung, Index, Abdeckung, Sitemaps, Verbesserungen, Nutzerfreundlichkeit auf Mo..., Manuelle Maßnahmen, and Links. The main content area displays a summary bar with four metrics: **Klicks insgesamt** (8.303), **Impressionen insgesamt** (643.309), **Durchschnittliche CTR** (1,3%), and **Durchschnittliche Position** (32,1). Below this is a line chart showing performance trends from 18.10.18 to 10.01.19. A table below the chart shows search results for the 'SEITEN' tab. The table has columns for 'Seite', 'Klicks', 'Impressionen', 'CTR', and 'Position'. Three rows are visible, with the first row's data circled in red.

Suchanfragen	SEITEN	Länder	Geräte	Darstellung in der Suche	
Seite		↓ Klicks	Impressionen	CTR	Position
https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/google-analytics-richtig-einrichten.php		2.331	51.243	4,5 %	24,6
https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/website-selber-optimieren.php		1.600	123.949	1,3 %	14,4
https://www.seo-profi-berlin.de/seo/blog/google-adwords-erste-kampagne-einrichten.php		883	53.851	1,6 %	32,5

Und was funktioniert nicht?





Performance von Beiträgen prüfen

... plus Check in Webmaster-Tools (z.B. GSC)

- Übersicht
- Leistung
- URL-Prüfung
- Index
- Abdeckung
- Sitemaps
- Verbesserungen
- Nutzerfreundlichkeit auf Mo...
- Manuelle Maßnahmen
- Links

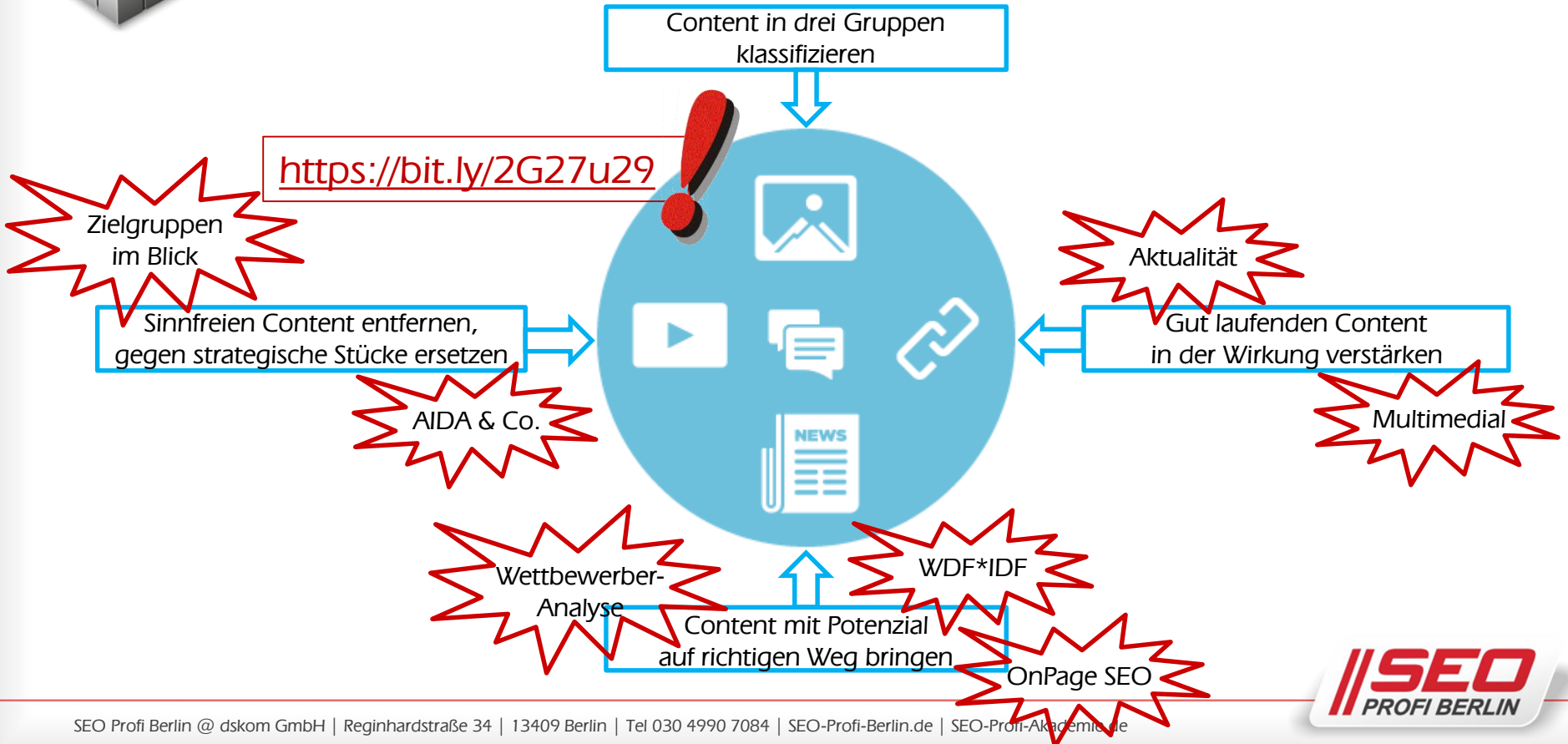
Datum: Letzte 3 Monate | Seite: https://www.seo-profi-berli... | + NEU

SUCHANFRAGEN	SEITEN	LÄNDER	GERÄTE	DARSTELLUNG IN DER SUCHE		
Suchanfrage			↓ Klicks	Impressionen	CTR	Position
<u>google analytics einrichten</u>			928	4.268	21,7 %	3,1
<u>google analytics einbinden</u>			62	943	6,6 %	4,4
<u>google analytics richtig einrichten</u>			30	58	51,7 %	3,1
<u>analytics einrichten</u>			29	202	14,4 %	2,6
google analytics einrichten anleitung			17	128	13,3 %	3,5
google analytics aktivieren			9	92	9,8 %	4,3
google analytics code			8	926	0,9 %	11,1





Beiträge bei Bedarf nachoptimieren





Fazit: Endlich richtig machen



Strategie entwickeln



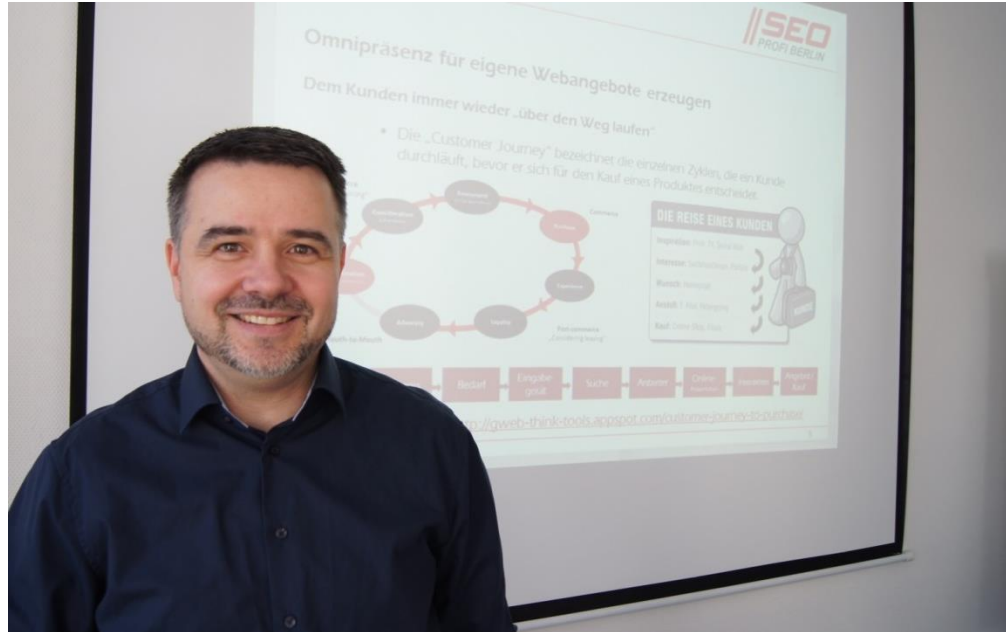
realistisch planen



konsequent umsetzen



Sven Deutschländer @ SEO Profi Berlin



www.SEO-Profi-Berlin.de > Referenzen > Vorträge
@dskom // fb.me/SEO.Profi-Berlin // de.slideshare.net/sdbln // LinkedIn // XING



Code of Conduct
Suchmaschinenoptimierung



Code of Conduct
Suchmaschinen-Advertising





Weiterbildung beim SEO Profi Berlin @ dskom GmbH

SEO-Seminare: alle 8 Wochen
Content-Marketing: 2x im Jahr

G*Ads Kurse: alle 8 Wochen
Analytics Seminar: alle 8 Wochen

Google Search Console & My Business
immer 2x im Jahr als Ganztageskurs
Facebook Marketing: alle 8 Wochen

Alle Informationen + Anmeldung:
www.SEO-Profi-Berlin.de/Seminare
Voucher-Code: 10%YouTubeCoMaB2B

Zum Onlinemarketing-Experten in nur einem Jahr

Fundiertes Onlinemarketing-Praxiswissen für Marketing-Manager. Intensive, individuelle Weiterbildung: Nur Sie und der Onlinemarketing-Experte Sven Deuschländer im direkten Dialog.

Die SEO Profi Akademie in Berlin

- ✓ **Lernen Sie ein Jahr lang intensiv und individuell,** mit absolutem Praxisbezug, Coaching und Support!
- ✓ **Werden Sie zum erfahrenen Internet-Marketing-Profi** und bringen Sie Ihr Unternehmen im Web zum Erfolg!
- ✓ **Steigern Sie Umsatz und Gewinn** und stellen Sie Ihre Firma für die Zukunft bestens auf!
- ✓ **Geeignet für jede Unternehmensgröße,** denn auch Ihre Kunden nutzen das Internet!