

---

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	11
<b>1 Die Motivation: Mittelstand ist reif für digitales Marketing .....</b>	<b>13</b>
1.1 Mittelstandsmarketing: Viel mehr als nice to have .....	13
1.2 Klar und deutlich: Begriffsklärungen .....	16
1.3 Chancen der digitalen B2B-Marketingstrategie .....	17
1.4 Herausforderungen im B2B-Mittelstand .....	19
1.5 DSGVO .....	21
1.6 KPIs: Die Emanzipation des Marketing .....	23
1.7 Eine Ode an die Kreativität .....	26
1.8 Marketing als Treiber und Motivator .....	28
1.9 Strategische Ausrichtung des Marketing .....	31
1.10 In vier Schritten zum Glück: die ZCFK-Formel .....	35
<b>2 Der 1. Schritt: Identifizieren Sie Ihre Zielgruppen .....</b>	<b>39</b>
2.1 Datenbanken bedeuten nicht Zielgruppenwissen .....	39
2.2 Eindeutig adressieren durch Segmentierung .....	41
2.3 Buyer Persona .....	43
2.3.1 Vorbereitung in sechs Schritten .....	44
2.3.2 Konkrete Beschreibung anhand von 15 Fragen .....	46
2.3.3 Musterbeispiel für eine B2B-Persona .....	50
2.3.4 Einsatz in der Praxis .....	50
<b>3 Der 2. Schritt: Erarbeiten Sie Ihre Content-Strategie .....</b>	<b>53</b>
3.1 Was ist Content? .....	53
3.2 Erfolgreiche Inhalte – Überzeugen und begeistern .....	54
3.3 Buyers Journey – Sie sind der Reisebegleiter .....	58
3.4 Der Weg zur Content-Strategie .....	61
3.5 SEO – Guter Content wird gefunden .....	67
3.6 Zusammenfassung .....	74
<b>4 Der 3. Schritt: Kreieren Sie die relevanten Formate .....</b>	<b>75</b>
4.1 Grundlagen .....	75
4.2 Whitepaper .....	77
4.3 Success Story .....	81
4.4 Webinar .....	86
4.5 Corporate Blog .....	91
4.6 Newsletter .....	95

4.7	Video/Bewegtbild .....	100
4.8	Presseformate .....	109
4.9	Messen und Events .....	114
4.10	Infografiken .....	121
4.11	Podcast .....	125
4.12	E-Mail-Signatur .....	130
4.13	Social-Media-Formate .....	134
4.14	Onlineumfrage .....	141
4.15	Zusammenfassung .....	144
<b>5</b>	<b>Der 4. Schritt: Wählen Sie die passenden Kanäle aus .....</b>	<b>145</b>
5.1	Website .....	146
5.2	LinkedIn .....	154
5.3	XING .....	159
5.4	YouTube .....	163
5.5	Blog .....	167
5.6	Newsletter .....	170
5.7	Webinar .....	173
5.8	Umfragetools .....	177
5.9	Inbound-Marketing-Tool .....	179
5.10	Zusammenfassung .....	182
<b>6</b>	<b>Der 5. Schritt: Aus Leads werden Kunden .....</b>	<b>185</b>
6.1	Der Weg zum MQL .....	185
6.2	Leadgenerierung .....	188
6.3	Kundengewinnung .....	190
6.4	Zusammenfassung .....	194
<b>7</b>	<b>Der 6. Schritt: Raum für Erfolgsfaktoren schaffen .....</b>	<b>195</b>
7.1	Die Grundlage .....	195
7.2	Die 14 Erfolgsfaktoren im digitalen B2B-Marketing .....	196
	Schlusswort .....	209
	Danke .....	211
	Stichwortverzeichnis .....	213
	Der Autor .....	215