



Angebot für Inbound-Marketing-Services für Beispielunternehmen XYZ

Vorbereitet für: Beispielkunde

Aktualisiert: [DATUM]

Zusammenfassung

Beispielunternehmen XYZ hat bereits große Erfolge zu verzeichnen und will sein Wachstum jetzt weiter ausbauen. Bisher hat sich Ihr Unternehmen an verschiedenen Marketingaktivitäten versucht, ohne dass dabei wirkliche Schwerpunkte gesetzt wurden. Da Sie einen ganzheitlichen Ansatz für Ihr Marketing benötigen, stellt sich die Frage, ob ein Inbound-Marketing-Partner Ihnen dabei helfen könnte, Ihr Ziel zu erreichen.

Das Ziel

Ihr Ziel ist es, innerhalb eines Jahres mit 200 neuen Kunden zu arbeiten, im Schnitt also 17 pro Monat. Bei Ihrer aktuellen Abschlussrate von 35 % müssen deshalb ungefähr 50 hochwertige Leads pro Monat generiert werden. Damit sind Leads gemeint, die den unteren Bereich des Marketingtrichters erreichen und zu vertriebsqualifizierten Leads werden. Wenn schätzungsweise 20 % Ihrer Leads den gesamten Marketingtrichter durchlaufen, müssten daher 250 Leads für den oberen oder mittleren Bereich des Marketingtrichters generiert werden. Ihr aktuelles Verhältnis von Besuchern zu Leads beträgt im Moment 1,2 %, Sie möchten jedoch eher in den Bereich von 3 % kommen. Bei 3 % müssten Sie Ihren Traffic von 4.500 Besuchern pro Monat auf 8.300 Besucher pro Monat steigern, damit obige Rechnung aufgehen kann.

Leistungsumfang

Aktivitäten im ersten Monat

Marketing-Plan für 12 Monate erstellen (1. Monat)

- Wir arbeiten einen schriftlichen Marketing-Plan aus. Darin erfassen wir Ihre aktuelle Ausgangslage und erläutern dann die einzelnen Strategien und Aktivitäten,

mit denen wir Ihrem Unternehmen helfen möchten, innerhalb eines Jahres die gesetzten Ziele für die Lead-Generierung zu erreichen.

Buyer-Personas und Kundenfragen erstellen (1. Monat)

- Inbound-Marketing kann nur dann wirklich effektiv sein, wenn Sie genau wissen, wen Sie erreichen möchten. Wir arbeiten mit den Daten, die Sie bereits haben, und kombinieren diese Informationen mit neuen Erkenntnissen, um verschiedene Buyer-Personas zu entwickeln. Eine Buyer-Persona ist eine fiktive Person, die den idealen Kunden für Ihr Unternehmen darstellt. Wir untersuchen, was diese Buyer-Personas so einzigartig macht, und entwickeln dann Inhalte, die genau auf diese Personas zugeschnitten sind.

Website-Neugestaltung (1. Monat)

- Es ist wichtig, dass Ihr neues Webdesign auf erfolgreiches Inbound-Marketing ausgelegt ist. Wir arbeiten mit Ihrem Designer zusammen, damit Ihre neu gestaltete Website zu Ihren Marketing-Zielen passt.

Erstellung von zwei Angeboten für die Veröffentlichung der Website (1. Monat)

- Wir nehmen Ihre vorhandenen Inhalte und erstellen daraus zwei neue Angebote. Eines dient als Top-of-the-Funnel-Angebot, das andere als Middle-of-the-Funnel-Angebot. So können wir sofort damit beginnen, Leads zu generieren, während wir in den kommenden Monaten an neuen Angeboten arbeiten .

Redaktionskalender erstellen (1. Monat)

- Damit stets neue Inhalte angeboten werden können, erstellen wir einen Redaktionskalender. So bleiben alle Content-Autoren immer auf dem Laufenden.

Die verbleibenden Aktivitäten finden im 2. bis 12. Monat statt

Wöchentliche Beratung & monatliche Berichterstattung

- Damit Sie die Gewissheit haben, dass sich etwas bewegt, erhalten Sie laufend strategische Updates und monatliche Berichte. Die Beratung erfolgt wöchentlich in einem einstündigen Telefongespräch/Web-Meeting. Zusätzlich zu diesen Meetings helfen wir Ihnen bei der

Analyse der vorhandenen Ergebnisse und planen die Strategie für den jeweils nächsten Schritt.

Management, Schulung und Support im Hinblick auf die HubSpot-Software

- Wir kümmern uns um alle Details bei der Nutzung der HubSpot-Tools. Wir zeigen Ihrem Team aber auch, wie diese Tools verwendet werden, und erläutern Workflows, Listensegmentierung, Landing-Pages usw. Wir möchten nicht abgeschottet für uns allein arbeiten, sondern in den nächsten 12 Monaten ein echter Partner für Sie sein. Sie sollen wissen, wie die Plattform funktioniert und von Ihren Mitarbeitern erfolgreich eingesetzt werden kann. Wenn unsere Partnerschaft dann endet, können Sie und Ihr Team so die Marketingaktivitäten Ihres Unternehmens nahtlos fortsetzen.

Wöchentliche Keyword-Analyse

- Wir untersuchen, was gut funktioniert und wo es weitere Gelegenheiten für Ihre laufenden Marketingaktivitäten gibt. Wir schreiben nicht für Suchmaschinen, aber wir berücksichtigen, wie Nutzer ihre Suchanfragen für Ihre Arten von Content formulieren.

Zwei Blog-Beiträge pro Woche veröffentlichen

- Wir arbeiten mit Ihrem Team zusammen, damit es jede Woche zwei neue Blog-Beträge erstellen kann. Neue Inhalte anzubieten, die für Ihre Zielgruppe interessant sind, ist ein wesentlicher Bestandteil des Erfolgs beim Inbound-Marketing. Dieser Content kann auf verschiedene Weise erstellt werden.
 1. Beiträge, die eher technischer Natur sind, können von einem Ihrer Teammitglieder verfasst werden. Wir bearbeiten den Text dann hinsichtlich Formatierung, Tonfall und Best Practices. Außerdem kümmern wir uns um die Veröffentlichung und die Promotion.
 2. Für Beiträge, die allgemeiner gehalten sind, können wir ein Mitglied Ihres Teams befragen und aus den Antworten einen Artikel verfassen. Dieses Verfahren ist für Ihr Team wesentlich zeitsparender.
 3. Für Video-Beiträge können Sie ein Video zu einem bestimmten Thema aufnehmen, und wir schneiden aus dem Material einen kurzen Clip, der sich gut für das Inbound-Marketing eignet.

Content promoten

- Wir promoten jeden Beitrag, jedes Angebot bei Twitter, LinkedIn, Google+ und Facebook.

E-Mail-Marketing

- Mithilfe der Strategien, die wir in unserem 12-monatigen Marketing-Plan definiert haben, unterstützen wir Sie bei der Ausführung aller E-Mail-Marketing-Kampagnen mit HubSpot.

Ein neues Angebot pro Monat erstellen

- Neue Angebote führen zu neuen Leads. Deshalb ist es wichtig, ständig neue Inhalte zu erstellen, die Ihre potenziellen Kunden lesen möchten. Wir arbeiten mit Ihrem Team zusammen, um jeden Monat ein neues Angebot zu erstellen. Dabei gehen wir ähnlich vor wie bei der Produktion neuer Blog-Artikel. Ihr Team stellt die Informationen und die Grundlagen bereit, wir steuern unsere Kenntnisse in Sachen Formatierung, Layout und Content-Verbreitung bei.

Lead-Generierungssequenzen für Angebote erstellen

- Eine effektive Angebotskampagne benötigt zusätzliche Elemente, daher erstellen wir Calls-to-Action, Landing-Pages, die entsprechenden Formulare, Dankesseiten und Follow-up-E-Mails, die perfekt aufeinander abgestimmt sind.

Automatisierte Workflows und Listensegmentierung entwickeln

- Wir richten Workflows ein, die Leads mit weiteren Inhalten durch den Marketingtrichter leiten, sodass sie Vertrauen in Ihr Unternehmen aufbauen.

On-Page-SEO untersuchen

- Wir sorgen dafür, dass jede Content-Seite für die organische Suche optimiert wird.

Integration eines CRM-Systems im Vertrieb + Hilfestellung

- Um unsere ROI-Berichterstattung lückenlos gestalten zu können, helfen wir Ihnen bei der Auswahl eines CRM-Systems, mit dem Ihr Vertriebsteam gut arbeiten kann. Wir verknüpfen die Daten aus HubSpot und dem CRM und helfen den Vertriebsmitarbeitern, mehr Geschäftsabschlüsse mit online generierten Leads zu erreichen. Durch die Verbindung von HubSpot und Ihrem CRM-System können wir spezifische ROI-Berichte zu Ihren Marketinginvestitionen generieren.

Performancekennzahlen

- Nachdem wir ein Jahr zusammengearbeitet haben, **generieren wir 250 Leads pro Monat**. Wir sind sogar zuversichtlich, dass wir dieses Ziel nicht erst nach 12 Monaten, sondern schon viel eher erreichen werden.
- Sie haben die Gewissheit, dass alle Aspekte Ihres Online-Marketing vereinheitlicht sind und optimal ineinandergreifen, um neue Einnahmen für Beispielunternehmen XYZ zu generieren.

Investition

Komplettservice Inbound-Marketing _____ X EUR/Monat

Sonstige Gebühren

HubSpot Inbound-Marketing-Plattform _____ X EUR/Monat*

Zeitraahmen

Wir können mit unseren Services in der ersten Woche des x. Quartals 20xx beginnen.

Bedingungen

Zahlungen für HubSpot-Services erfolgen direkt an HubSpot, auch wenn sie über Nectafy bestellt werden. Die monatlichen Retainer-Gebühren sind per Scheck, Banküberweisung, Business PayPal oder gemäß einer anderen Vereinbarung zu Beginn jedes monatlichen Zyklus (abhängig vom Startdatum) zu zahlen.

Unsere Garantie

Wir gewähren Ihnen eine ganz einfache Geld-zurück-Garantie. Wir werden dafür Sorge tragen, dass Sie mit unseren Services gemäß diesem Angebot zu 100 % zufrieden sind. Ohne Wenn und Aber. Bei fortlaufenden Retainer-Vereinbarungen bitten wir Sie lediglich, dass Sie uns innerhalb einer Woche nach Zahlung der Retainer-Gebühren für einen Monat Bescheid geben, und wir erstatten Ihnen die Gebühr für diesen Monat, falls Sie wider Erwarten nicht zufrieden sind.



Wünschen Sie ein eigenes Angebot?

Wir hoffen, dass Sie dieses Beispielangebot hilfreich finden und dieses Beispiel Ihnen einen möglichst transparenten Einblick in unseren Prozess geben konnte.

Die Zahlen in diesem Angebot wurden nach einer persönlichen Beratung mit einem bestimmten potenziellen Kunden ermittelt. Wenn Sie ein spezielles Angebot für Ihr Inbound-Marketing wünschen, lassen Sie uns einen Termin vereinbaren, bei dem wir darüber sprechen können.



Nectafy, LLC | 28 Webster Street | Suite #7 | Rockland, MA 02370 | nectafy.com