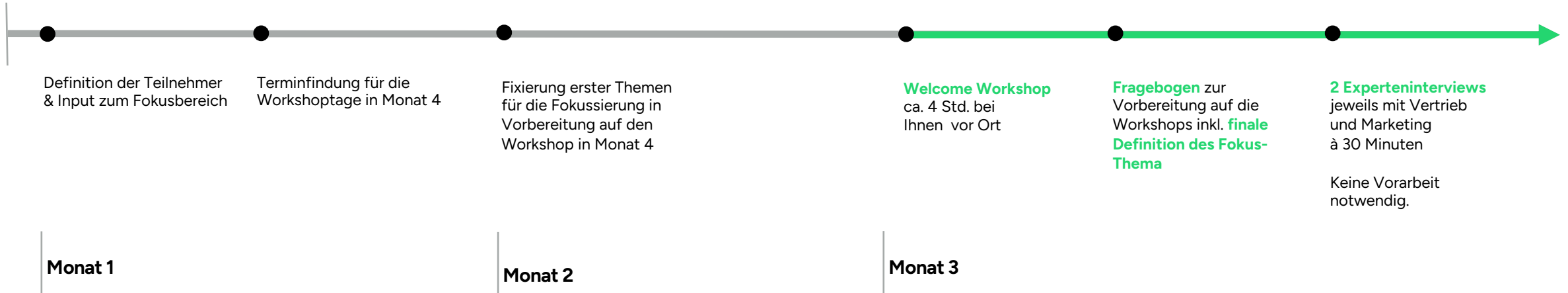


Roadmap Inbound Marketing & Sales Strategie

Roadmap



Roadmap

2026



Workshop Teil 1:
Ziele & Zielgruppe

Workshop Teil 2:
Buyer Persona & Buyer
Journey

Workshop Teil 3:
Content-Marketing

Workshop Teil 4:
Leadmanagement &
Contentprozess

CI erstellt das **finale
Ergebnisdokument**
für die Inbound
Marketing & Sales
Strategie für
Ihr Unternehmen

**Check-up
Maßnahmenplan +
Abstimmung**

Monat 4

Im Detail

Wichtige Informationen zum Ablauf

Inbound Welcome Workshop

Inbound Welcome Workshop

Dauer: 4 Std.

Location: vor Ort bei Ihrem Unternehmen oder in Ravensburg

Teilnehmer: erweiterter Kreis zu den Workshopteilnehmern möglich. Alle Teilnehmer aus dem Workshop sollten mind. dabei sein.

Alle Verantwortlichen aus Marketing, Vertrieb und der Geschäftsleitung werden gemeinsam "abgeholt" und ins Thema eingeführt – abgestimmt auf deren Prioritäten und Aufgabengebiete. Wir zeigen auf, welchen Teil Sie zum Erfolg beitragen können und was dazu alles nötig ist.

Themen aus dem Welcome-Workshop:

- ✓ **Wie hat sich das Anfrage- & Kaufverhalten im B2B verändert?**
- ✓ **Warum ist es so wichtig die Perspektiven der Stakeholder frühzeitig einfließen zu lassen?**
- ✓ **Wie funktioniert Inbound-Marketing über die Website?**
- ✓ **Wie entsteht Vertrauen über die Website?**

Wir schaffen für die Stakeholder eine Wissensgrundlage zum Thema Inbound-Marketing und Inbound-Sales. Wir zeigen auf, wie Sie Ihre neue Website effektiv für die Lead- und Neukundengewinnung nutzen können und was dafür alles erforderlich ist.

Fragebogen

Fragebogen

Dauer: **ca. 1 Woche**

Format: **Online**

Teilnehmer: **Projektleiter füllt das Formular aus und holt sich weiterführende Inhalte aus den Fachbereichen**

Zur individuellen Vorbereitung auf die Workshops bei Ihrem Unternehmen stellt Columbus Interactive einen Fragebogen zur Verfügung.

Der Fragebogen ist in 3 Teile gegliedert:

- Ihre Unternehmensziele für die nächsten 12 Monate **inkl. Angabe zum Fokusbereich**
- Ihr idealer B2B-Kunde im definierten Fokus-Geschäftsfeld
- Alles Rund um Ihren aktuellen Vertriebsprozess

Spätestens hier muss das Fokus-Thema für die Workshops fix sein!

Wir möchten mit dem Workshop auf bereits bestehende Dokumente bei Ihrem Unternehmen aufbauen. Damit wir diese gezielt in die Inbound Marketing & Sales Strategie einfließen lassen können benötigen wir vorab:

- Persona(s)
- Customer-Journey
- Prozess zur Content-Erstellung
- Übersicht Vertriebsprozess

Experteninterview

Experteninterview

Dauer: **30 Minuten pro Interview**

Format: **Online**

Teilnehmer: **Vertreter aus den Bereichen Marketing und Vertrieb, die auch am Workshop teilnehmen**

Zur weiteren individuellen Vorbereitung auf die Workshops bei Ihrem Unternehmen sind sogenannte Experteninterviews mit Marketing und Vertrieb geplant.

Die Experteninterviews werden getrennt pro Bereich stattfinden und dienen zur weiteren Identifikation von Erwartungshalten und Klärung noch offener Fragen zum Vorgehen oder dem Inbound Welcome Workshop.

Für die Experteninterviews sind keine fachlichen Vorkenntnisse zur Inbound Methodik notwendig.

Workshops des Strategiepakets

Bewusstseinsphase

Top of Funnel

Marketing

Website Besucher

Überlegungsphase

Middle of Funnel

Marketing & Vertrieb

Leads

MQLs

Marketing Qualified Leads

Entscheidungsphase

Bottom of Funnel

Vertrieb

SQLs

Sales Qualified Leads

Kunden

Ihr Vertrieb verkauft

Workshop 1

Ziele & Zielgruppen

Aufgabe

Wo liegt der Fokus unserer Inbound-Strategie und wird dieser messbar?

Ziel

Definition von ICP, Lead, MQLs und SQLs

Workshop 2

Buyer Persona & Buyers Journey

Aufgabe

Wer ist im Entscheidungsprozess involviert?

Ziel

Buyer Persona definieren & alle Fragen zu definiertem Fokus ermitteln

Workshop 3

Content-Marketing

Aufgabe

Wie sprechen wir die Buyer Persona zur richtigen Zeit mit dem passenden Thema an?

Ziel

Leadmagnet fixieren & 1. Workflow

Workshop 4

Leadmanagement & Contentprozess

Aufgabe

Wie kann ich die Leads für die Übergabe an den Vertrieb optimieren?

Ziel

Qualifizierte Leads an den Vertrieb übergeben

Workshop 1: Ziele & Zielgruppen

Workshop 1

Ziele & Zielgruppen

Aufgabe

Wo liegt der Fokus unserer Inbound-Strategie und wird dieser messbar?

Ziel

Definition von ICP, Lead, MQLs und SQLs

Dauer: **4 Std.**

Location: **vor Ort**

- ✓ Die Ziele für das Inbound-Marketing für die Website sind definiert
- ✓ Wir kennen unser Ideal Customer Profile (ICP)
- ✓ Wir können Leads nach Marketing Qualified & Sales Qualified bewerten
- ✓ Wir können die Inbound Ziele im Sales-Funnel definieren

Workshop 2: Buyer Persona & Buyers Journey

Workshop 2

Buyer Persona & Buyers Journey

Aufgabe

Wer ist im Entscheidungsprozess involviert?

Ziel

Buyer Persona definieren & alle Fragen zu definiertem Fokus ermitteln

Dauer: 6 Std.

Location: vor Ort

- ✓ Wir wissen, welche Personengruppen im Entscheidungsprozess eine Rolle spielen
- ✓ Wir haben eine Buyer Persona erarbeitet und wissen, wie diese „tickt“
- ✓ Wir haben ein Verständnis, wie wir das Vertrauen der Buyer-Persona gewinnen können
- ✓ Wir wissen, welche Fragen sich unsere Buyer Persona innerhalb der Buyers Journey stellt

Workshop 3: Content-Marketing

Workshop 3

Content-Marketing

Aufgabe

Wie sprechen wir die Buyer Persona zur richtigen Zeit mit dem passenden Thema an?

Ziel

Leadmagnet fixieren & 1. Workflow

Dauer: **6 Std.**

Location: **vor Ort**

- ✓ Wir haben einen Überblick über die Themen, zu denen unsere Buyer-Persona seine Fragen stellt
- ✓ Wir wissen, welche Formate für die Phasen der Buyers-Journey notwendig sind
- ✓ Wir haben den ersten Lead-Magneten für den Start definiert
- ✓ Wir haben einen Überblick über den digitalen Vertriebsprozess
- ✓ Wir kennen unseren ersten Workflow für den definierten Leadmagneten

Workshop 4: Leadmanagement & Contentprozess

Workshop 4

Leadmanagement & Contentprozess

Aufgabe

Wie kann ich die Leads für die Übergabe an den Vertrieb optimieren?

Ziel

Qualifizierte Leads an den Vertrieb übergeben

Dauer: **4 Std.**

Location: **vor Ort**

- ✓ Wir haben einen Überblick über den digitalen Vertriebsprozess
- ✓ Wir wissen, welcher Content für einen SQL im Vertrieb relevant ist
- ✓ Wir kennen die Vorteile einer passenden Software für die Umsetzung der Marketing-Automation
- ✓ Wir wissen, wie der Inbound Marketing Prozess strukturiert werden kann
- ✓ Wir haben Verantwortlichkeiten für den Prozess festgelegt

YOUR DIGITAL IMPACT.



Alexander Obert

ACCOUNT MANAGER & CONSULTANT

a.obert@columbus-interactive.de

+49 751 363 44 150

Columbus Interactive GmbH

Eywiesenstraße 6

88212 Ravensburg

www.columbus-interactive.de