#7 ACHT B2B-DIGITALISIERUNGS-HACKS FÜR IHREN VERTRIEB IN KRISENZEITEN

1

Während der Covid-19 Pandemie nehmen Online User Firmenmarken wieder vermehrt wahr. Daneben fallen Paid-Preise und viele Werbeplätze werden frei. Deshalb raten wir Ihnen, so schnell wie möglich in das Paid Advertising über Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn und Google Ads einzusteigen.

2

Bis zu 40% der B2B-Entscheider sind heutzutage der Millenial-Generation zuzuordnen. Diese Personen bewegen sich vermehrt auf Facebook und Instagram. Seien Sie also in diesen sozialen Netzwerken besonders präsent, z.B. mit Paid Advertising.

3

In den derzeitigen Krisenzeiten verbringen die Menschen wieder mehr Zeit vor Ihren Smartphones, Tablets und PCs. Aufgrund der riesigen Informationsmasse die dort täglich konsumiert wird, müssen Ihre Ads herausstechen. Und das geht am besten über Visualität. Nutzen Sie also großartige Bilder, um mehr Aufmerksamkeit auf Ihre Ads zu lenken.

4

Multipurpose Advantage: Haben Sie analoges Werbematerial wie Flyer, Broschüren oder Kataloge? Mit ein paar kostenlosen und einfach bedienbaren Designprogrammen können Sie hieraus interessante Beiträge für soziale Netzwerke erstellen. Besonders wissenswerte Fakten, DIY-Anleitungen und How-To's werden gerne geteilt. Auch ältere Blogartikel können Sie einfach umfunktionieren.

5

Die Online User des 21. Jahrhunderts kommen in Communities zusammen. Deshalb sollten Sie Facebook Gruppen und LinkedIn Communities beitreten und auch dort als Ansprechpartner für fachliches Know-How auftreten und fleißig relevante Beiträge posten sowie teilen.

6

Führen Sie Lead Telefonate, indem Sie Ihre Kunden nach ihrem derzeitig größten Problem befragen. Bieten Sie Lösungstipps an und stellen Sie mindestens 12 Fragen per Telefonat auf natürliche Weise. Denn je mehr die Person am anderen Ende der Leitung mit Ihnen spricht, desto mehr wächst ihr Vertrauen in Ihre Firma.

7

Nutzen Sie Lead Ads in Paid Advertising auf sozialen Netzwerken. Verwenden Sie beispielsweise eine Ihrer DIY-Anleitungen und stellen Sie diese unter Angabe der User Kontaktdaten zum Download bereit. Vergessen Sie nicht im Kontaktformular das Feld „Unternehmen“ oder „Branche“ zu integrieren. Passen die Leads zu Ihrem Martksegment und Ihrer Kundenzielgruppe können Sie über die vorher abgefragte E-Mail oder per Telefon direkten Kontakt aufnehmen.

8

Teilen Sie Ihre Expertise durch Whitepaper oder Ebooks mit Ihren Kunden oder Interessenten. Durch Ihr kompetentes Auftreten stärken Sie das Vertrauen in Ihre Marke und damit in Ihre Produkte oder Dienstleistungen. Außerdem bieten Ihre Social Media Beiträge sowie Ihre Landingpage einen Mehrwert für Online User, die sich noch nicht komplett zu einem Kauf bei Ihnen entschieden haben.