

Neue Inbound Marketing Studie: Inbound Marketing nimmt weiter an Fahrt auf

16.09.2016, 11:52 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Mark Lotse*

Neue Kontakte generieren und nachhaltig für sich begeistern - wie diese Marketingziele verfolgt werden, hat sich in den vergangenen Jahren drastisch verändert. Inbound Marketing avanciert, gerade im b2b-Bereich, zum neuen Status Quo. Dies bestätigt jetzt auch die Studie „The State of Inbound 2016“ des amerikanischen Softwareanbieters Hubspot.

Befragt wurden weltweit mehr als 4.500 b2b-Manager in unterschiedlichen Branchen, Unternehmensgrößen und Positionen – mit einem klaren Ergebnis: Inbound Marketing wird viel häufiger und professioneller genutzt als in den vergangenen Jahren. So setzen 2016 bereits 73 Prozent der Unternehmen auf die zielgruppenzentrische Marketingphilosophie.

Prioritäten im Marketing haben sich verschoben

Lag der Fokus in den vergangenen Jahren vor allem darauf, neue Kunden zu akquirieren, verfolgen immer mehr Unternehmen heute eine ganzheitlichere Strategie: 74 Prozent der Befragten gaben an, dass ihr Hauptaugenmerk auf der Optimierung und nachhaltigen Gestaltung der Vertriebsprozesse liegt. Lead Nurturing, also das gezielte Entwickeln der Kontakte vom Webseitenbesucher bis zum Kunden, ist hier das zentrale Buzzword. Steigerung des Traffics (57%) und die Umsatzsteigerung bei Bestandskunden (46%) hingegen stehen erst an zweiter und dritter Stelle der Top Marketingziele.

Relevante Inhalte beherrschen die Inbound Aktivitäten

Damit im ersten Schritt überhaupt potenzielle Kunden auf eine Website gelangen, ist der richtige Content entscheidend. Denn informative und mehrwertstiftende Inhalte werden nicht nur von der Zielgruppe, sondern auch von Suchmaschinen honoriert. 66 Prozent der Befragten nutzen Content im Rahmen ihrer Inbound Aktivitäten, um die Sichtbarkeit bei der organischen Suche zu optimieren - dazu gehört auch das Thema Blogging (60%) und Content Distribution (50%).

Weitere Fakten zu den aktuellen Entwicklungen im Bereich Inbound Marketing und den Link zum kostenlosen Download der kompletten Studie finden Sie auf Mark's Blog unter <http://blog.mark-lotse.com/inbound-marketing-studie>.

Portrait

Über Mark Lotse:

Mark Lotse? Anders als es der Name vermuten lässt, steckt dahinter kein einzelner Herr, sondern eine ganze Agentur. Das erfahrene Team berät und begleitet seine Kunden bei Content Marketing und Lead Management. Für die Leadgenerierung im Internet setzt die HubSpot-Partner Agentur auf Inbound Marketing. Mark konzentriert sich stark auf

Inhalte, vergisst dabei aber nie sein Gespür für gutes Design. Für die kurzweilige Visualisierung selbst komplexester Inhalte bietet sich textzeichnerin aus gleichem Haus mit ihren Erklärvideos und Animationen an. Die Kunden wie Fiducia & GAD IT AG, F-Call AG, STP Informationstechnologie oder PTV AG kommen hauptsächlich aus dem b2b-Umfeld.

www.mark-lotse.com

News-ID: 918783 • Views: 744 (Stand: 29.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/918783/Neue-Inbound-Marketing-Studie-Inbound-Marketing-nimmt-weiter-an-Fahrt-auf.html>