

## B2B-Marketing 2020: Fünf Wege zu mehr Leads im Ausnahmejahr

Kurzfristig hochwertige Leads gewinnen – Sybit klärt drängende Fragen im Expertenforum Marketing Excellence

**Der Tenor zu den B2B-Marketing-Trends im Krisenjahr 2020 ist in Fachportalen und unter Branchenexperten so gut wie einhellig: Entscheider müssen reagieren, Strategien und Instrumente müssen angepasst werden. Mehr denn je ist das Marketing aktuell ein unverzichtbarer Baustein für die Umsatzgenerierung. Wie reagiert man richtig auf diese Herausforderung, was muss man beachten? Sybit zeigt fünf Maßnahmen, die jetzt helfen.**

*Radolfzell, Juni 2020*

Gerade im B2B wiegt der gegenwärtige Komplettausfall von Fachmessen doppelt schwer. Denn im aktuellen Krisenjahr für die Wirtschaft ist nicht nur die Nachfrage temporär gesunken. Hinzu kommt, dass ohne die Messen viele hochwertige Kaufinteressenten für die vorausgesagten Nachholeffekte einfach nicht gefunden werden. Der größte Fehler aber wäre jetzt, das Marketing herunterzufahren. Denn wer seine Marketingstrategie richtig ausrichtet, kann nicht nur fehlende Leads gewinnen, sondern den geschäftlichen Erfolg durch wichtige Digitalisierungsmaßnahmen nachhaltig verbessern. Wie sollten B2B-Unternehmen also reagieren?

**Erstens:** Vertriebsunterstützendes Marketing ist jetzt das Mittel der Wahl. Entsprechende Budgets sollten also voll in die Unterstützung des Vertriebs durch das Marketing fließen. „Dabei darf man das Branding aber nie aus den Augen verlieren“ meint Julia Bohn, Sales Marketing Managerin bei Sybit. „Die Zielgruppe muss konstant das Gefühl haben, dass hochwertig mit ihr kommuniziert wird. Das hilft besonders dann, wenn sich die Stimmung wie im Moment wieder aufhellt.“

**Zweitens:** Marketing Automation ist das effektivste Instrument zur umfangreichen Lead-Generierung. Es gibt mächtige Tools, die das Sammeln von Kundeninformationen und das automatisierte Ausstreuen von Kampagnen erlauben. So können zielgerichtet in kurzer Zeit eine große Menge an potenziellen Interessenten angesprochen werden. Entsprechende Technologien sollten jetzt genutzt werden. Die Integration in bestehende Systeme ist weit weniger umfangreich, als viele annehmen.

**Drittens:** Das CRM birgt oft vergessene Schätze. Vernachlässigte, alte oder kalte Leads können jetzt genau die Personen sein, die das Marketing mit neuem Content ansprechen und den Scorewert wieder nach oben treiben kann. In einem optimalen System arbeiten CRM und Marketing-Tool Hand in Hand.

**Viertens:** Kaufprozesse sind im B2B komplex. Gerade im digitalen Zeitalter sind mehrere Fachbereiche an Entscheidungen beteiligt. Diese unterschiedlichen Stakeholder sollten je nach ihren speziellen Interessen, Zielen und Problemen angesprochen werden. Mit dem richtigen Tool und dem richtigen Content können alle leitenden Angestellten aus Produktion, Vertrieb, IT und Geschäftsführung einzeln überzeugt werden.

**Fünftens:** Der Mix macht die Musik. Content, der auf die jeweilige Buyer Persona abgestimmt ist, gewinnt die entscheidenden Leads. Am besten funktionieren hier Umfragen, Fachartikel, Webinare und virtuelle Konferenzen. Um den Content zu bewerben, sollten unterschiedliche Online-Aktivitäten genutzt werden: E-Mail-Kampagnen, Suchmaschinen-Optimierung (SEO), Google Ads (SEA) und Social-Media.

Aktuelle Umfragen und Studien zum Thema B2B-Handel zeigen, dass sich entscheidungsrelevante Prozesse noch stärker ins Digitale verlegen werden – und das nicht erst, seit die (nach wie vor relevant bleibenden) Messen nicht stattfinden können. Wer also jetzt in neue Marketingprozesse investiert, wird nachhaltig wettbewerbsfähiger sein.

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, mit welchen Marketing-Methoden und Tools B2B-Unternehmen jetzt weiterkommen, dann dürfen Sie das virtuelle Expertenforum „Marketing Excellence 2020“ der Sybit GmbH am 2. Juli 2020 nicht verpassen. Hier klären renommierte Experten und erfolgreiche Anwender die entscheidenden Fragen rund um kundenorientierte Prozesse, Marketing-Technologien, Kampagnensteuerung und Marketing-Automation.

Mehr Informationen unter: <https://www.sybit.de/events/sybit-events/ef-marketing-excellence-2020/>

## Über Sybit

Die Sybit GmbH hat sich auf kundenzentrierte Lösungen entlang der Customer Journey spezialisiert, bei denen sämtliche End-2-End-Prozesse digital abgebildet werden. Als langjähriges SAP-Beratungshaus bietet das Unternehmen seinen Kunden eine ganzheitliche Prozessberatung von der Analyse und Strategieplanung, über Design und Implementierung bis hin zu umfassenden Application Management Services auf Basis der SAP Customer Experience Suite. Dabei wird die Technologieplattform SAP C/4HANA als Frontend zum SAP ERP beziehungsweise zu SAP S/4HANA eingesetzt. Für eine kurze Projektdauer und stets transparente Prozesse setzt Sybit auf die Anwendung und Weiterentwicklung der agilen Projektmethodik.

Gegründet im Jahr 2000 vertrauen heute über 300 Kunden, vornehmlich Konzerne und weltweit agierende Mittelständler aus dem Maschinen- und Anlagenbau, der High-Tech-Industrie und dem Automobilsektor auf die langjährige Expertise des SAP Platinum Partners.

Sybit gehört zu den Top 20-Digitalagenturen in Deutschland und beschäftigt am Hauptsitz in Radolfzell und den Niederlassungen in Bielefeld, Hannover, Offenbach und Pforzheim über 250 Mitarbeiter.

Seit August 2018 ist Sybit eine Tochter der itelligence AG, einem der weltweit führenden SAP-Beratungshäuser mit ca. 10.000 Mitarbeitern und Niederlassungen in 28 Ländern.

Weitere Informationen: [www.sybit.de](http://www.sybit.de)

### Pressekontakt:

Sybit GmbH  
Dr. Anders Landig  
Sankt-Johannis-Straße 1-5  
78315 Radolfzell

Tel. +49 (0) 7732 9508-293

Fax: +49 (0) 7732 9508-111

[presse@sybit.de](mailto:presse@sybit.de)

<http://www.sybit.de>