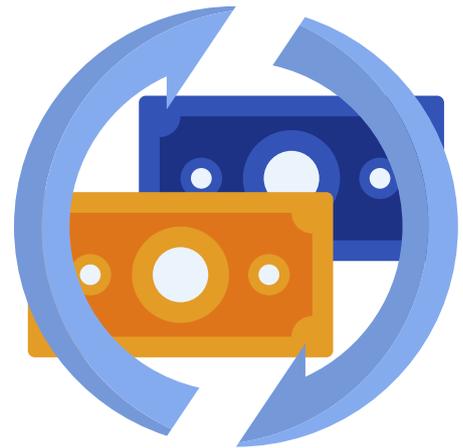


Marketing ROI mit Beyond Sales

Bezahlte Anzeigen Kampagnen funktionieren, sind aber nicht nachhaltig. Das muss nun keine Entscheidung gegen Anzeigen sein. Wie diese allerdings einzusetzen sind, kann durchaus neu bewertet werden. In der Regel geht um einen Return on Investment im Marketing. Digitales Werben ermöglicht eine besondere Messbarkeit dieses Anspruchs.

Strategien die nicht nur auf Anzeigen setzen, werden schneller den ROI erreichen.
Spoiler: Auf Anzeigen klicken nur die wenigsten Interessenten gerne.



Was dich in dieser Studie erwartet:

1. **Return on Investment** (ROI) im Marketing - eine Zusammenfassung
2. Wir zeigen dir, wie du **nachhaltig investieren** kannst
3. Lerne was **besser verkauft**, als eine Anzeige

Wir berechnen den ROI für Anzeigen



Die einfachste Berechnung ist:

„ROI = erwirtschafteter Gewinn / eingesetztes Kapital.“

Dieser einfache Prozentwert, ist allerdings nicht sonderlich detailliert und aussagekräftig. Um den ROI klarer in Bezug auf das eingesetzte Kapital und den Erfolg zu setzen, empfiehlt es sich mindestens den Cost-perLead zu ermitteln:

Cost-per-Lead = Budgeteinsatz / Menge an Marketing Qualified Leads (MQL)

Der tatsächliche Erfolg der Kampagne ergibt sich jedoch aus dem Cost-per-Order Wert:

Cost-per-Order = Budgeteinsatz / Menge an Sales Qualified Leads (SQL) bzw. Abschlüssen (Closing)

Ein vereinfachtes Beispiel:

Cost-per-**Lead** = Budget 2.000,- € / 10 Leads (MQL)
Cost-per-**Lead** = 200,- €

Cost-per-**Order** = Budget 2000,- € / 2 Abschlüssen (SQL)
Cost-per-**Order** = 1.000,- € (Conversion-Rate CRV = 20%)

Wie in diesem sehr optimistischen Rechenbeispiel angenommen, werden 20% der Leads zu Kunden. Das bedeutet es müssen 1.000,- € eingesetzt werden, um einen Kunden zu gewinnen bzw. um einen Abschluss zu generieren.

In der Realität ist die Conversion-Rate (CRV) bzw. die Order-Rate bei Anzeigen die direkt auf einen Abschluss bezwecken wesentlich niedriger. Je nach Produkt oder Dienstleistung sind Werte von 1% bis 2% realistisch.

Der Return on Investment ist also erreicht, wenn das eingesetzte Kapital wieder zurück fließt. Unternehmerisch betrachtet, handelt es sich um Kosten.
(Cost-per-Order)

Nachhaltiges Marketing ist ein Investment



Wenn dein Unternehmen in Inhalte investiert, verändert sich die Berechnung stark zu deinen Gunsten.

Angenommen du investierst in eine Landingpage auf deiner Webseite zu einem bestimmten Thema. Nehmen wir weiter an, für diese Seite entstehen Kosten von 2.000,- € für die Inhalte, Bilder und Umsetzung. Wie würde sich der ROI berechnen?

Wenn wir die oben angenommen Zahlen weiter verwenden, hast du bereits nach dem zweiten Abschluss einen Return on Investment erreicht.

Jeder weitere Abschluss wird nun die Cost-per-Order reduzieren. Wenn z.B. über die Landingpage insgesamt 5 Abschlüsse erfolgen, sind die 2.000,- € Budgeteinsatz durch 6 Abschlüsse zu teilen. Das ergibt einen Cost-per-Order von 400,- €.

So lässt sich von einem Investment sprechen. Nicht nur von Kosten.

Neben den rein monetären Vorteilen, lassen sich fünf Fakten benennen die dem Investment einen noch viel stärkeren Boost verleihen.

33 % der Nutzer verwenden Ad-Blocker, was dazu führt, dass keine Ads mehr ausgespielt werden.

(Statista 2020 in Europa)

>48% der B2B Kunden beginnen eine Kaufentscheidung mit einer Online Suche.

Quelle: ([Gartner](#), B2B Buyers 2021).

70% der B2B Einkäufer informieren sich lieber über Inhalte, nicht über Anzeigen.

(Accenture 2021 B2B-Fact Sheet)

75% der B2B Einkäufer vertrauen Unternehmen mehr, die Inhalte mit Mehrwert produzieren.

Quelle: ([Gartner](#), What Sales Should Know About B2B Buyers).

Hochwertige Inhalte haben im Durchschnitt mehr als 24 Monate Gültigkeit und werden langfristig organisch im Netz gefunden.

(Quelle: teraone, Auswertung über 25.000 Landingpages)

Inhalte verkaufen besser als Anzeigen

Diesem Fakt muss sich nahezu jede digitale Marketingkampagne unterwerfen. In der Aussteuerung von Anzeigen ist der Faktor Qualität entscheidend. Eine Conversion wird nur erreicht, wenn das Keyword, die Anzeigen Texte als auch die Zielseite zusammen passen.



Je weniger Übereinstimmung desto unwahrscheinlicher wird die Auslieferung der Anzeige. Anbietern von Werbemöglichkeiten ist dieser Qualitätsfaktor sehr wichtig.

Die Anbieter von Werbung machen das natürlich, um Anzeigen relevant zu halten. Sind Anzeigen nicht relevant, werden diese weniger geklickt. Laut Internethandel werden im Schnitt über mehrere Netzwerke **nur 2% der Anzeigen angeklickt**.

Es gibt aber noch **deutliche mehr Gründe**, warum Inhalte die besseren verkaufenden sind.



Es beginnt mit der **Sichtbarkeit im Netz**. Je mehr Landingpages es zu deinen Themen gibt, desto wahrscheinlicher werden diese Inhalte auch organisch gefunden. Organisch bedeutet durch eine Suche in einer Suchmaschine, einer Verlinkung auf anderen Webseiten oder durch einen Post / Re-Post in Social Media.



Je hochwertiger die Inhalte, desto **mehr Vertrauen** entstehen bei den Lesern, welche in der Regel auch Interessenten / Leads für dein Unternehmen bzw. Angebot sind. Das Vertrauen entsteht durch gefundene Lösungen. Richtige Antworten, die dir als Absender der Inhalte zugeschrieben werden, erhöhen automatisch deinen **Status als Experten**.



Dadurch entsteht eine **Inbound-Marketing Effekt**. Interessenten melden sich bei dir und fragen nach einem Termin oder bitten um ein Gespräch. Dadurch wird eine Conversion wesentlich wahrscheinlicher.

Dein Kunde sucht online nach einer Lösung, Produkten und Marken um seine Probleme zu lösen. Er findet deine Inhalte Interessant da diese einen Mehrwert bieten. Er vertraut den Inhalten und deinem Unternehmen. Dadurch gewinnst du Vertrauen und Neukunden durch einen Inbound Marketing-Effekt. Da weniger Anzeigen / Pay Content notwendig ist, entstehen weniger Kosten aber mehr Conversions.

Beyond Sales ist eine Marketing-Strategie, die auf all diese Ziele einzahlt. hello one als Software ermöglicht die Umsetzung und transparente Auswertung der Maßnahmen.

Next steps



Wenn du mehr über Beyond Sales wissen möchtest, findest du auf unserem Kundenportal interessante Studien, informative Events und Workshops.

Lerne uns und die Software hello one kennen, die perfekte Lösung für Beyond Sales und die Digitalisierung deines Vertriebes.

Der Zugang ist kostenlos und unverbindlich.



Knowledge Base

Wir informieren dich regelmäßig zu aktuellen Themen im Bereich Digital Sales, Content Marketing, Automatisierung, digitale Events.



Events

Let us entertain you... Folge unseren kompakten 30 Minuten Online-Veranstaltungen.



Ask an expert - Meetings

Hier ist Platz für deine Fragen! Wir diskutieren deine Themen in kleiner Runde.

[Jetzt kostenlos registrieren](https://hello-one.de/register)
hello-one.de/register