Inbound Marketing

Lernbereich: Online Marketing Business
Kursdauer: 4 Wochen (Vollzeit), 8 Wochen (Teilzeit)
Relevanz: Kundenzentriertes Marketing dank Inbound-Methodik.

Zielgruppe:

Egal, ob du als Quereinsteiger*in ins Inbound Marketing starten willst, vorhandene Berufserfahrung im Marketingbereich auffrischen, oder theoretisches Wissen eines vorangegangenen Marketingabschlusses reaktivieren und vertiefen willst: mit diesem Kurs gelingt dir ein strategie- und kundenzentrierter Einstieg in das Online Marketing.

schneller Kursstart | individuelles Angebot | fachspezifische Tools | praktische Vertiefung | mit Zertifikat

Sofortberatung:
0800 – 376 55 37
Montag – Freitag: 8 – 18 Uhr

Kurzbeschreibung:

Du lernst, wie du persönliche und vertrauensvolle langfristige Beziehungen zu Kundinnen und Kunden aufbauen und ihnen fortlaufend einen Mehrwert bieten kannst, indem du ihnen hilfreiche Inhalte bereitstellst, sie mit erstklassigen Erlebnissen begeisterst und in jeder Phase ihrer Customer Journey dabei hilfst, ihre Ziele zu erreichen. Denn eine zufriedene Kundschaft ist für jedes Unternehmen der Schlüssel zu effektivem, nachhaltigem Wachstum.

Berufliche Perspektiven:

Inbound Marketing ist ein äußerst dynamischer Bereich des Online Marketings. Du beschränkst dich damit nicht auf eine bestimmte Branche, sondern bist mit deinen Kenntnissen eine gefragte Fachkraft für abwechslungsreiche und vielfältige Marketingaufgaben in Marketing-Abteilungen von Unternehmen aller Branchen oder in Werbeagenturen, Start-ups und NGOs. So gibt es z. B. das generalistische Berufsbild Inbound Marketing Manager*in oder Inbound Marketing Spezialist*in, das in allen Bereichen gefragt ist.

Kursinhalte:

Strategie und 5 Säulen des Inbound Marketings	• Unterschied zwischen klassischem Outbound und modernem Inbound Marketing • Buyer Persona (Datensammlung, Erstellung, Optimierung) • Sales Funnel und Customer Journey • Auswahl an geeigneter Software
Die 4 Phasen der Customer Journey	• Attraction - Anziehung für potentielle Kundinnen und Kunden schaffen • Connection - Eine Verbindung zwischen Unternehmen und Zielgruppe herstellen • Engagement - Eine Beziehung zur Zielgruppe aufbauen und stärken • Delight - Aus Kundinnen und Kunden Empfehler*innen machen, langfristige Kundenbindung erzielen
Analyse und Ziele im Inbound Marketing	• IST-Analyse des Marketings im Unternehmen • Ziele in den 4 Stufen des Sales Funnels • Vorteile einer Inbound-Marketing-Software (z. B. Hubspot oder Marketo) • Aufsetzen einer Inbound-Marketing-Kampagne
Kampagnen, Workflows und Datenschutz	• Lead Generierung, Lead Nurturing und Kundenbindung • Analysieren und Optimieren von Kampagnen • Arbeit mit automatisierten Workflows • Eingliederung von Inbound-Prozessen in das Unternehmen

Kontakt

TELEFON
Kostenlose Hotline
0800 37 655 37

E-MAIL & WEB
contact@learning-digital.de
www.learning-digital.de

ADRESSE
Learning Digital GmbH
Innere Hallerstraße 8a,
90419 Nürnberg

AMTSGERICHT
Nürnberg: HRB 38242
Geschäftsführer: Lin Müller