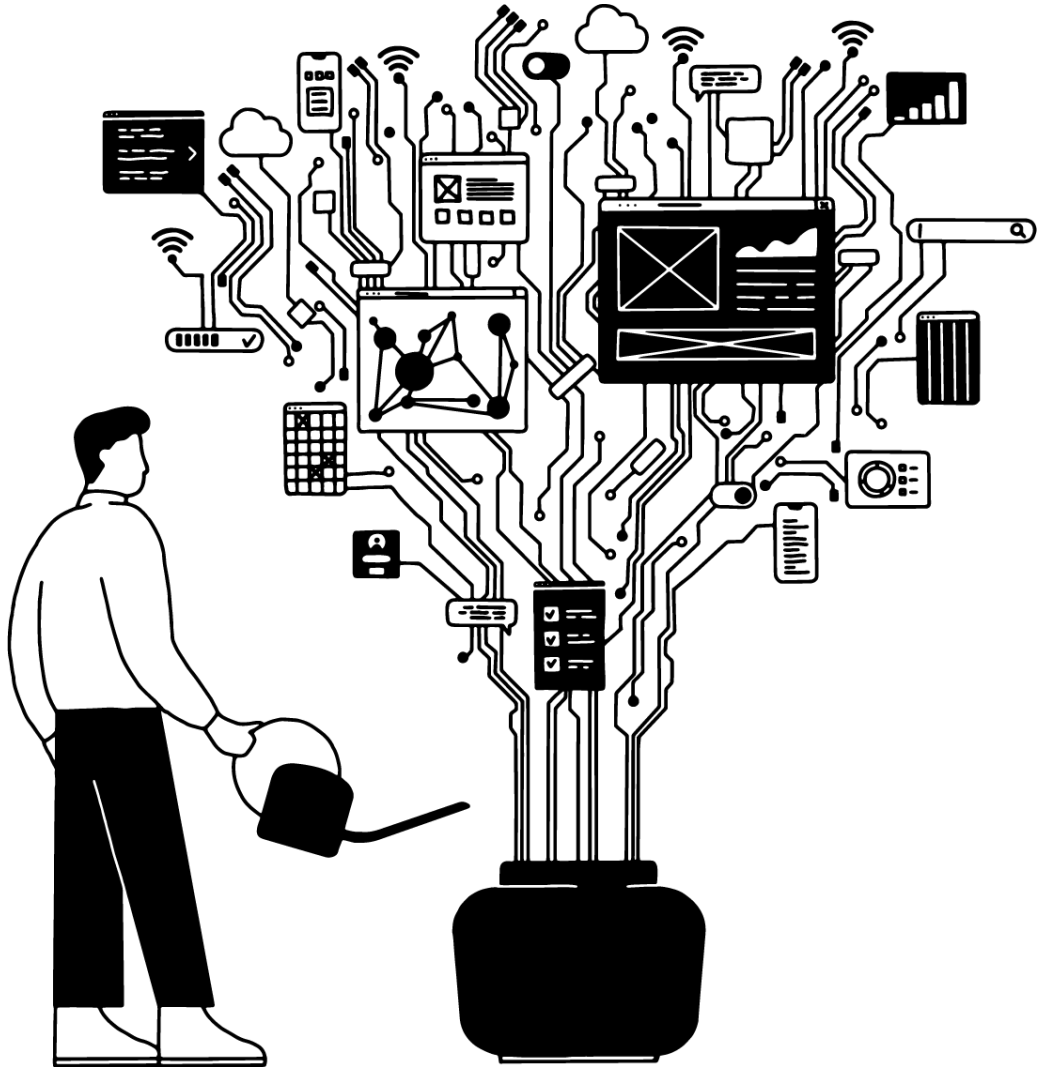


Digital Marketing & Communication Services



exeta



exeta

**Euer Ansprechpartner
Stefanie Kober**

Director
Digital Marketing Agency

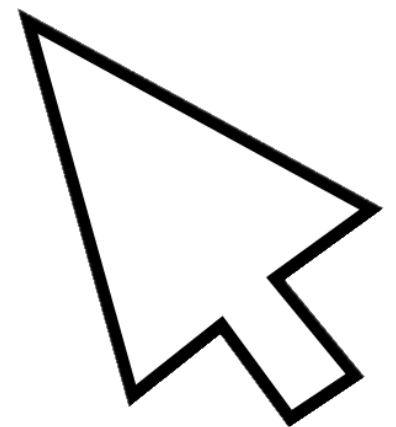


www.linkedin.com/in/stefanie-kober

**Transforming
mindsets and markets with
our passion for
technology**

**Wir begleiten unsere
Kunden bei der
Transformation zum digitalen,
datengetriebenen Marketing**

www.exxeta.com



DIGITAL MARKETING & COMMUNICATION SERVICES

Digitales Marketing & Kommunikations-Enablement

1

DIGITALE MARKETING TRANSFORMATION

Bestimmung Digitaler Marketing-Reifegrad und Handlungsempfehlungen zu:

- Prozessen
- Tools
- Skills & Rollen

2

DIGITALE MARKETING AGENTUR-SERVICES

- Go-to-Market Kampagnen inkl. Paid Search, Paid Social & Social Selling
- Customer Centricity Consulting
- Experience Plattformen, Websites und B2B Online Shops
- Digitale Leadgenerierungsstrategien inkl. Content Marketing

3

KOMMUNIKATIONSBERATUNG

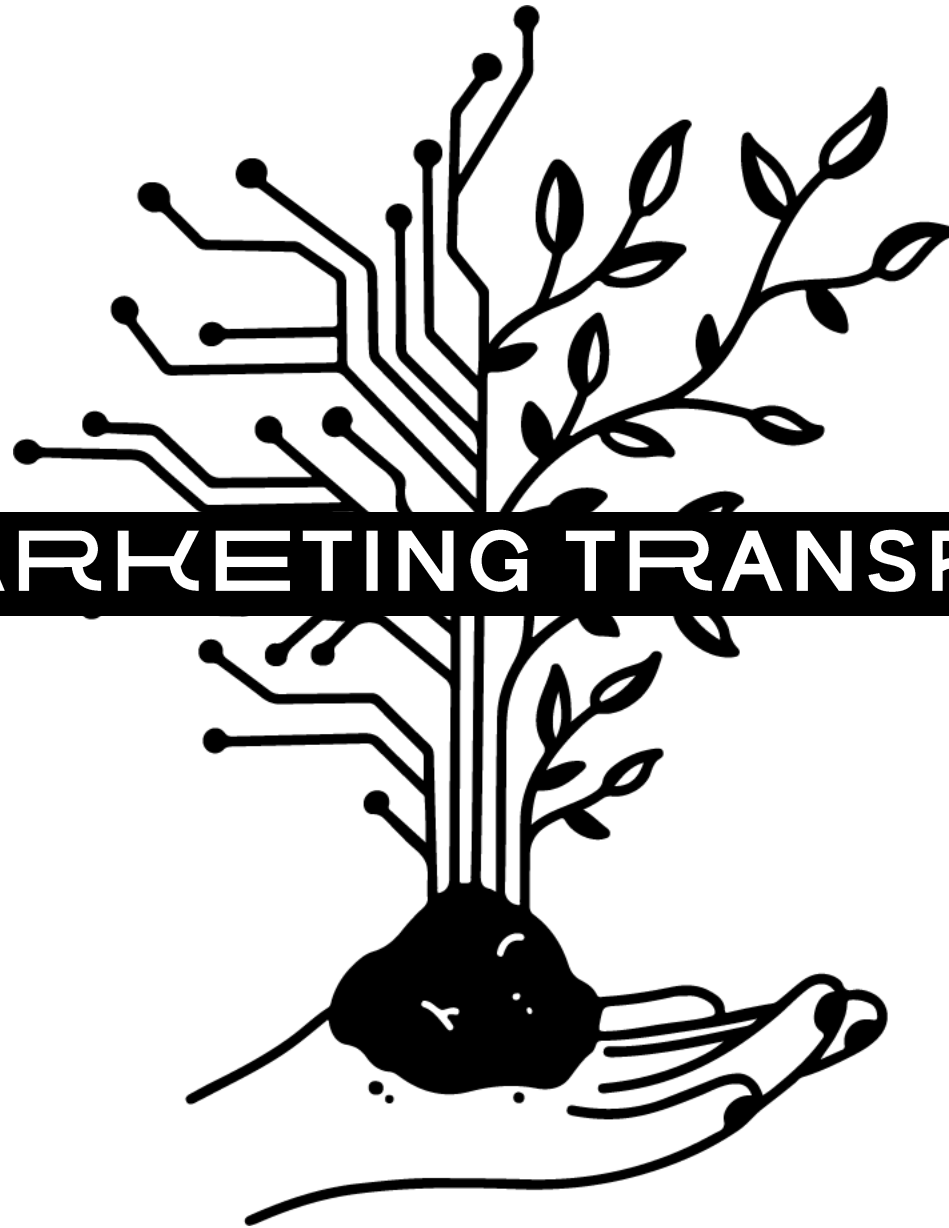
Brandkonforme externe Kommunikation

- Strategie
- Website, Social Media
- PR

Mitarbeiterzentrierte interne Kommunikation

- Strategie & Content Konzept
- Plattform & Technologie
- Monitoring

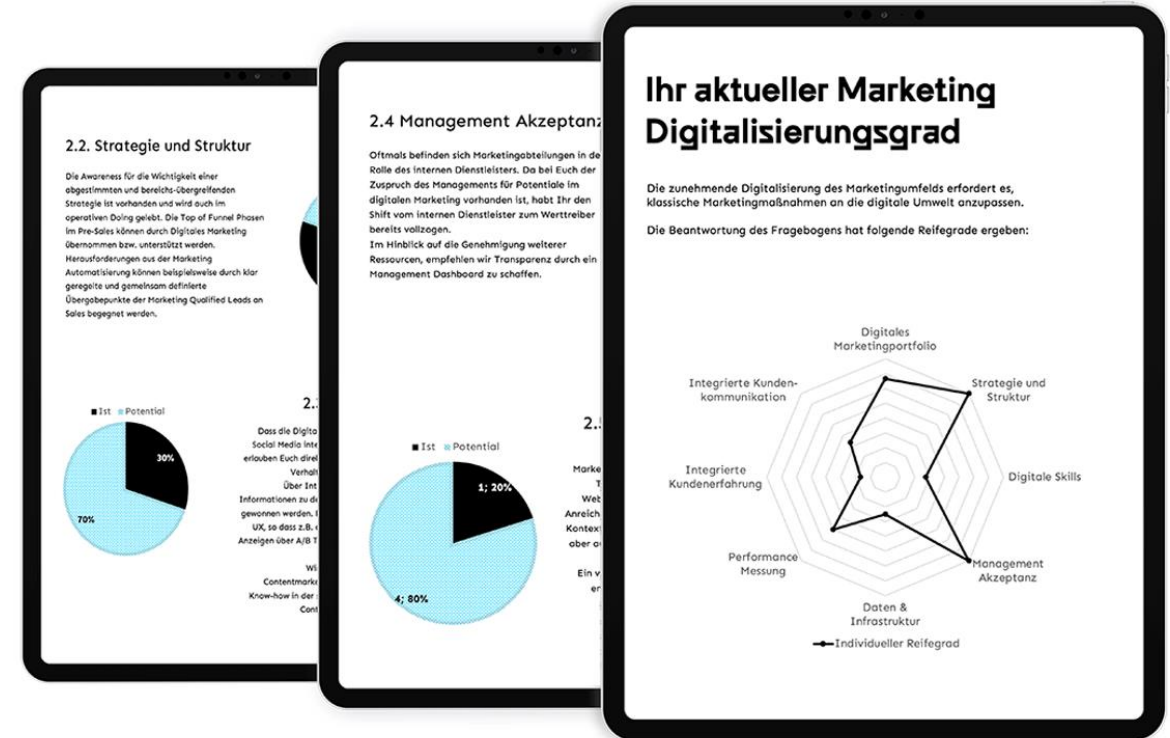
DIGITALE MARKETING TRANSFORMATION



Findet heraus, wo Eure größten Potentiale im digitalen, datengetriebenen Marketing liegen



<https://digital-marketing-check.exxeta.com/>



2.2. Strategie und Struktur

Die Awareness für die Wichtigkeit einer abgestimmten und bereichs-übergreifenden Strategie ist vorhanden und wird auch im operativen Doing gelebt. Die Top of Funnel Phasen im Pre-Sales können durch Digitales Marketing übernommen bzw. unterstützt werden. Herausforderungen aus der Marketing Automatisierung können beispielsweise durch klar geregelte und gemeinsam definierte Übergabepunkte der Marketing Qualified Leads an Sales begegnet werden.

■ Ist ■ Potential

70% 30%

2.2. Dass die Digital Social Media Intx erlauben Euch direkt Verhalt über Int Informationen zu de gewonnen werden, I UX, so dass z.B. i Anzeigen über A/B T

W Contentmark Know-how in der Cont

2.4 Management Akzeptanz

Oftmals befinden sich Marketingabteilungen in der Rolle des internen Dienstleisters. Da bei Euch der Zuspruch des Managements für Potentiale im digitalen Marketing vorhanden ist, habt Ihr den Shift vom internen Dienstleister zum Werttreiber bereits vollzogen. Im Hinblick auf die Genehmigung weiterer Ressourcen, empfehlen wir Transparenz durch ein Management Dashboard zu schaffen.

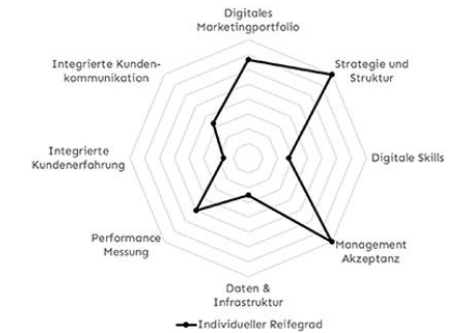
■ Ist ■ Potential

1; 20% 4; 80%

2.2. Marke T Web Anrech Kontext aber o Ein v er

Ihr aktueller Marketing Digitalisierungsgrad

Die zunehmende Digitalisierung des Marketingumfelds erfordert es, klassische Marketingmaßnahmen an die digitale Umwelt anzupassen. Die Beantwortung des Fragebogens hat folgende Reifegrade ergeben:



Digitales Marketingportfolio

Strategie und Struktur

Digitale Skills

Management Akzeptanz

Daten & Infrastruktur

Performance Messung

Integrierte Kundenerfahrung

Integrierte Kundenkommunikation

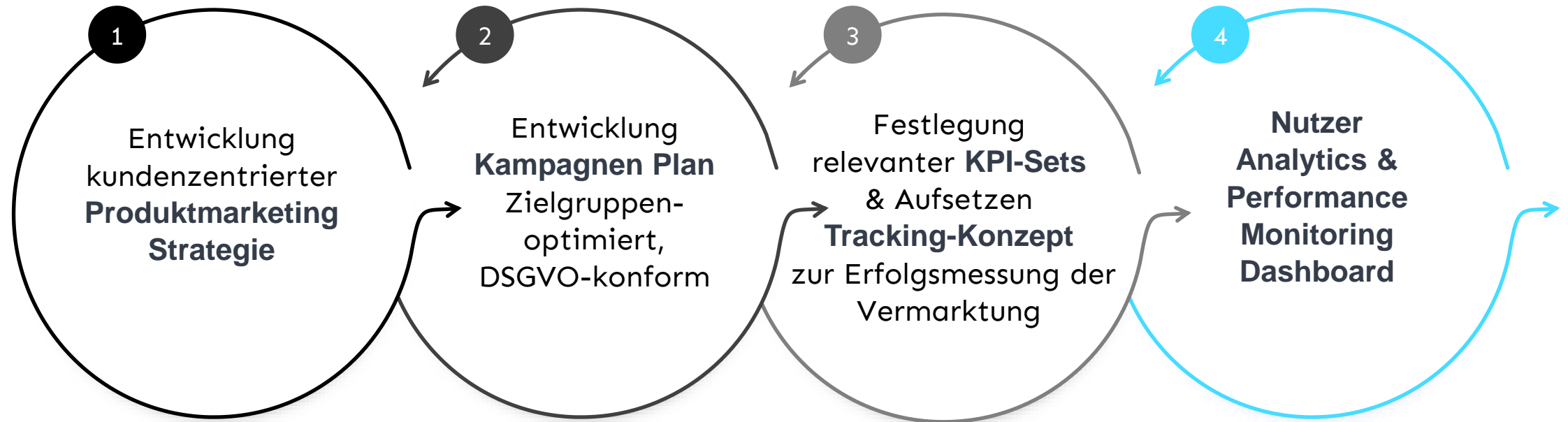
→ Individueller Reifegrad



DIGITALE MARKETING AGENTUR SERVICES



Kundenzentrierte & datenbasierte Go to Market Kampagnen



Nach Growth Hacking Prinzip

Datentransparenz und Erhöhung Leadqualität durch B2B IP Tracking

WER:

Unternehmensprofile mit Umsatzgröße, Mitarbeiteranzahl, Branche etc.

WAS:

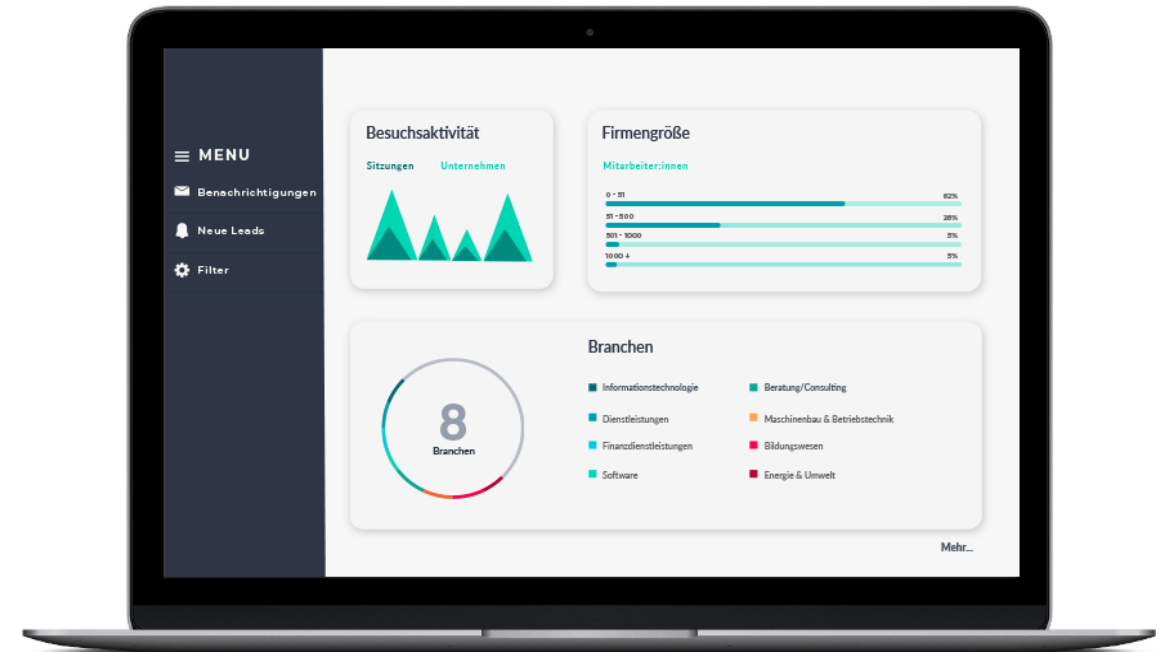
Welche Suchanfrage wurde gestellt (falls Google Ads geschaltet wurden)

WIE:

Wie bewegt sich der Interessent auf meiner Seite → Intent Data

WO:

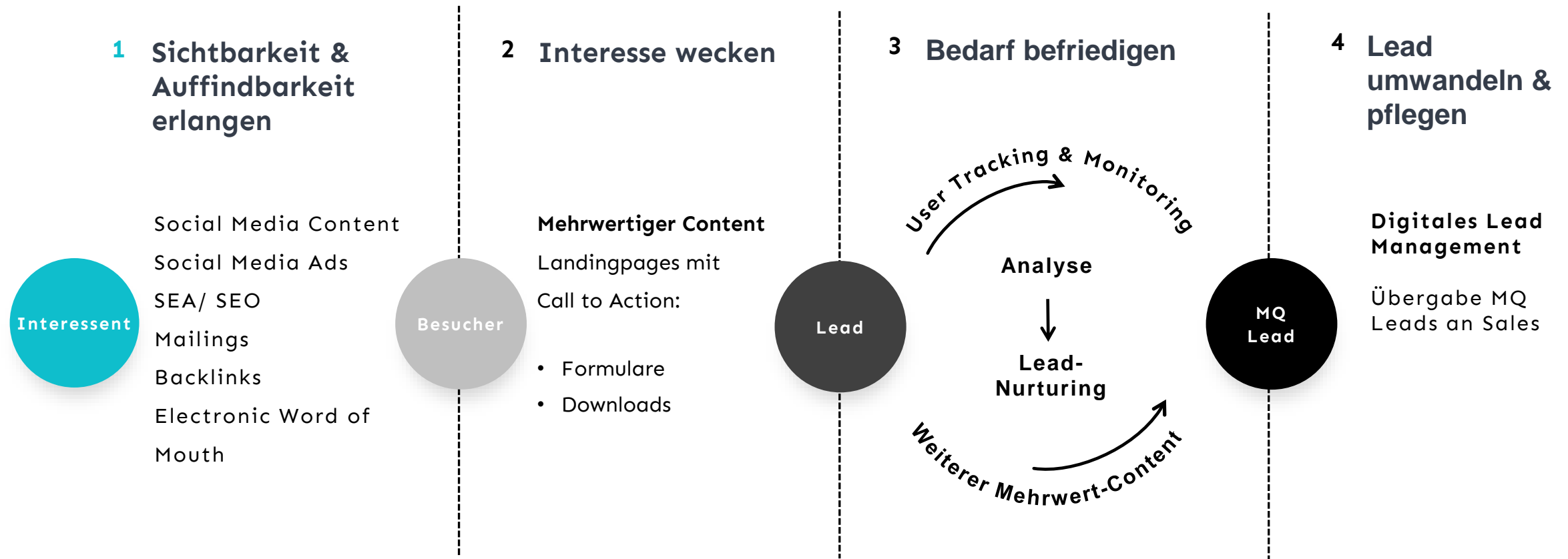
Information zur Quelle, über die der jeweilige Besucher auf die Website kam

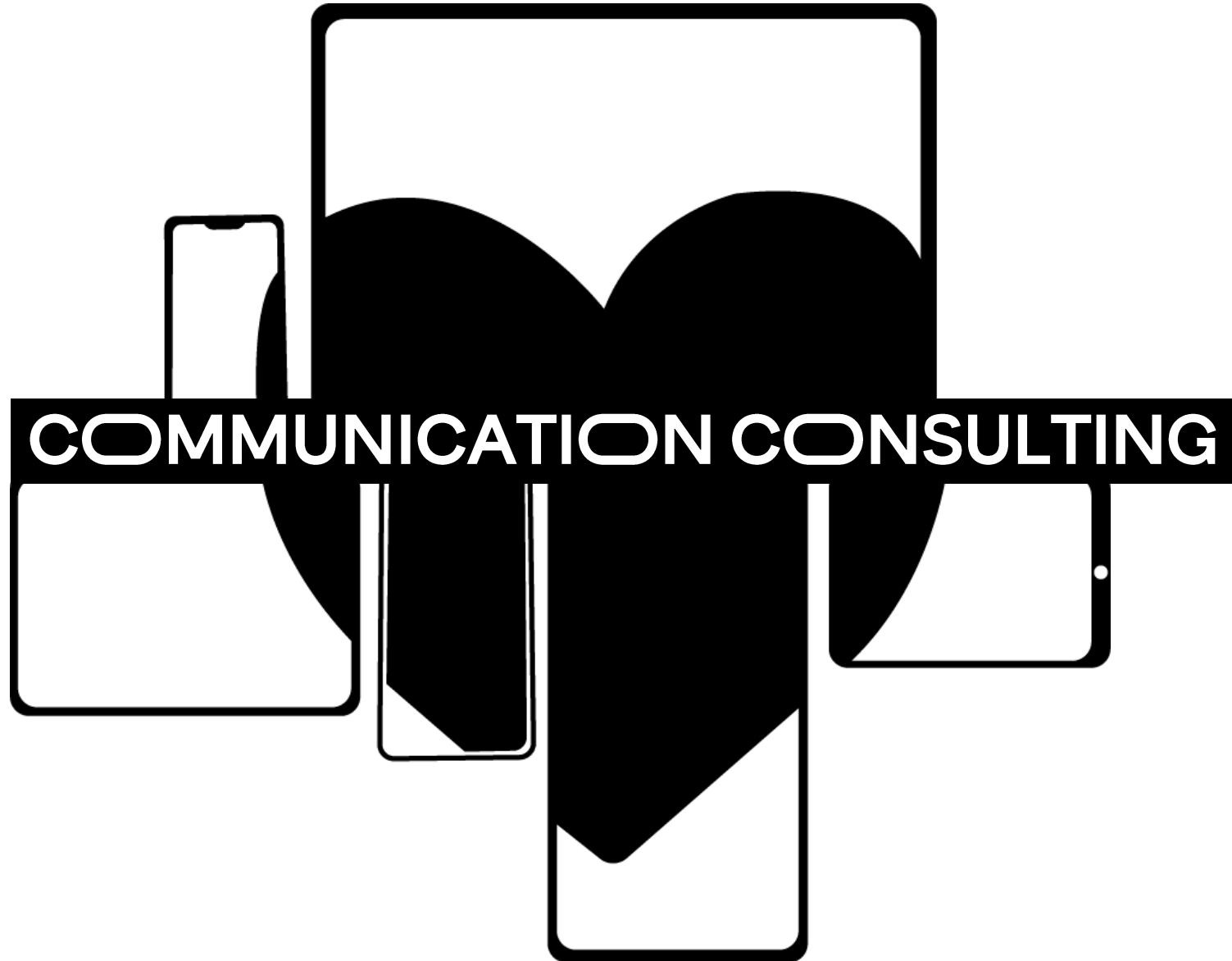


Zum Anbieter: [Albacross](#)

Den Salesfunnel online befüllen mit Digital Inbound Strategien

Online gefunden werden, Bedürfnisse der Zielgruppe befriedigen und digitale Leads generieren





Brandkonforme externe Kommunikation

Mit der eigenen Website und weiteren Kanälen neue Kunden und Mitarbeiter:innen begeistern. Seo-optimiert, Nutzerzentriert und mit Content, der Positionierung und Messages in den Fokus rückt.

STRATEGY

Ziele definieren, Stakeholder analysieren und Zielgruppe eingrenzen, Positionierung und Botschaften entwerfen, Message House bauen

PR

Sichtbarkeit erreichen:
Online, Print, Konferenzen, Messen etc.:
Botschaften und Expert:innen in relevanten Medien und Plattformen platzieren

SOCIAL MEDIA

Mit passenden Inhalten auf LinkedIn, Instagram und Co. passende Kunden und Mitarbeiter:innen genau dort ansprechen, wo sie sich bewegen

SOCIAL SELLING

Vertrieb & Recruiting befähigen, Botschaften in ihre Netzwerke zu tragen und neue Kunden und Mitarbeiter:innen zu begeistern

BRAND & SALES ENABLEMENT

Trainings, Content, Tools und KPI-Tracking für den Erfolg der Kommunikation

LET'S STAY IN TOUCH

exeta



Stefanie Kober

Director

Digital Marketing Agency

www.linkedin.com/in/stefanie-kober