






Buyers Journey Cheat Sheet

storylead

Inbound Marketing & Sales Systeme

Storylead Inbound Marketing & Sales Mandate

Der potenzielle Kunde ist in der...	Der Gemütszustand des Kunden ist...	Sein Informationsbedürfnis ist...	Die strategische Absicht ist:	Marketing- und Sales-Ziel/Metriken festlegen	Marketing & Sales-Systeme planen, bauen und betreiben	Content und Formate erstellen	Marketing & Sales Story entwickeln	Marketing Stages & Activation Goals	Level of Prospect Awareness
Unbewusst-Phase (Unawarenes Stage)	Potenzieller Kunde weiss nicht, dass er ein Problem haben könnte...	...und stolpert ev. zufällig aufs Thema oder wird von Dritten angestupst.	Potenzieller Kunde zum Problem/Thema sensibilisieren	Traffic, Seitenaufrufe, Absprungrate/ Bounce	Social, Websites, Keywords, SEO, PR, Mund-zu-Mund, Fachartikel, Blogs	Blog-/Social Media Posts, Fachbeiträge, Analysen, Studien, E-Books, Vorträge, Events	„Weisst du eigentlich, dass du ein Problem hast? Weisst du, was dies für dich bedeuten könnte?“	Omnipresence	UNAWARE
									
Informations-Phase (Awareness Stage)	Potenzieller Kunde hat Symptome oder Problem erkannt...	...und recherchiert themen-spezifisch (Anbieter-/Marken-agnostisch)	Interessierte anziehen und als Besucher willkommen heissen (Generate Online Leads)	Online mehr Aufmerksamkeit für [COMPANY] zu erzielen [Metrics: Li, Lo]	Klassische PR, Vorträge, Fachartikel, Blogs, Social Media, Websites, Keywords, SEO	Medienmitteilungen, Blog-/Social Media Posts, Fachbeiträge & -Artikel, Analysen, Studien, E-Books, Präsentationen, Reports, Whitepaper	„Wir kennen dein Problem. Und wenn du's nicht löst, dann...“ („Make the mouse bigger“)	Attract & Educate	PROBLEM AWARE
									
Überlegungs-Phase (Consideration Stage)	Lead kann sein Problem/Challenge beschreiben...	...und recherchiert mögliche materielle Lösungen.	Besucher überzeugen und zu Leads entwickeln (Generate Marketing Qualified Leads)	Kontaktdaten von neuen Leads gewinnen [Metrics: MQLa, MQLp]	Websites, Blogs, Landing Pages, Roundtables, Briefings, Calls to Action, Datenbanken/CRM	Blog-Beiträge, Studien, Webinare, Podcasts, Videos, Whitepaper, Checklisten, Handouts, Benchmarks, Infografiken	„Wir haben eine mögliche Lösung“ („There are many mouse traps...“)	Convert & Engage	SOLUTION AWARE
									
Prüfungs-Phase (Evaluation Stage)	Lead kennt die Vendor-Landscape...	...und recherchiert in der Tiefe in Punkto Vendors und Anbieter.	Leads qualifizieren und an Sales übergeben (Generate Sales Qualified Leads)	Leads nach definierten Kriterien für Vertrieb/Sales qualifizieren [Metrics: SQLa, SQLp]	Lead Nurturing, Lead Qualification, Teleprospection, Telefon-Outreach	Tech Specs, Demos, Konfiguratoren, Webinare, Events	„Wir sind einzigartig, weil...“ („...but our mouse trap is unique...and backed by client endorsement...“)	Qualify & Explore	PRODUCT AWARE
									
Entscheidungs-Phase (Decision Stage)	Qualifizierter Lead kennt die Angebote der Anbieter und Vendors...	...und vergleicht nun Angebote und Preise.	Leads bearbeiten und als Käufer gewinnen (Close Clients)	Qualifizierten Lead an Sales zum Deal-Closing/Fulfillment übergeben [Metrics: C]	E-Mail-Marketing, Newsletter, Marketing-Automation, Workflows, CRM-Integration	Fallstudien, Kunden-Stories, Anbieter-Vergleiche, Probe-Abos, Produkte-Dokumentationen, Live-Demos, FAQs, Offerten, Proposals	„Wir wollen dich als Kunde gewinnen, weil dich der Nutzen unserer Lösung weiterbringt...“ („Now let's get that huge mouse out of your life...“)	Create & Encourage	MOST AWARE
									
DEAL									