

Case Study

Online-Werbung für Entscheider im B2B-Bereich

Zusammenfassung

Die Online-Marketing-Aktivitäten für die [Allgemeine Bau-Chemie](#) führten über einen Zeitraum von 8 Jahren zu 11 Millionen Werbeimpressionen, ca. 80.000 Website-Besuchen und zu hunderten Zielabschlüssen. Diese Erfolge trugen dazu bei, dass das Rebranding der Marke zu "ABC Die Beste Lösung" erfolgreich war, der interne Vertrieb der Allgemeinen Bauchemie und die Expansion in den DACH-Markt effektiv unterstützt wurden.

ERGEBNISSE

80.000+

Website-Besuche über
Online-Anzeigen über einen
Zeitraum von 8 Jahren

870

Zielabschlüsse beim
Websitebesuch

11 Mio

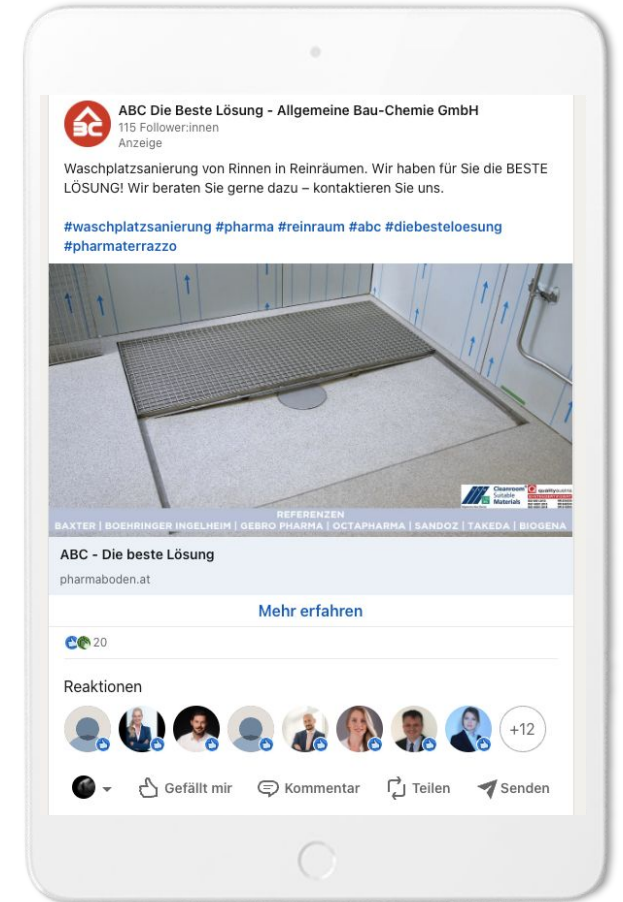
Werbeimpressionen und
Festigung des Re-Branding
ABC Die beste Lösung



SEMSEA unterstützt äußerst kompetent unsere Online-Marketing-Kampagnen in den Bereichen Google- und LinkedIn Ads. In regelmäßigen Feedbackrunden optimieren wir gemeinsam die Strategie für eine noch effektivere Bespielung der Marketingkanäle. Dadurch konnten wir bereits zahlreiche qualitativ-hochwertige Leads generieren. Wir schätzen die Partnerschaft sehr.
- Alexandra Hiller, Marketing & Vertrieb

Verwendete Lösungen

Fast die Hälfte der B2B-Entscheidungsträger sind Millennials (geboren zwischen 1981 und 1995) und auf professionellen sozialen Netzwerken wie LinkedIn zu finden.



LinkedIn Single Image Ad mit kurzem Leistungsversprechen und Möglichkeit für weitere Informationen

Über den Kunden

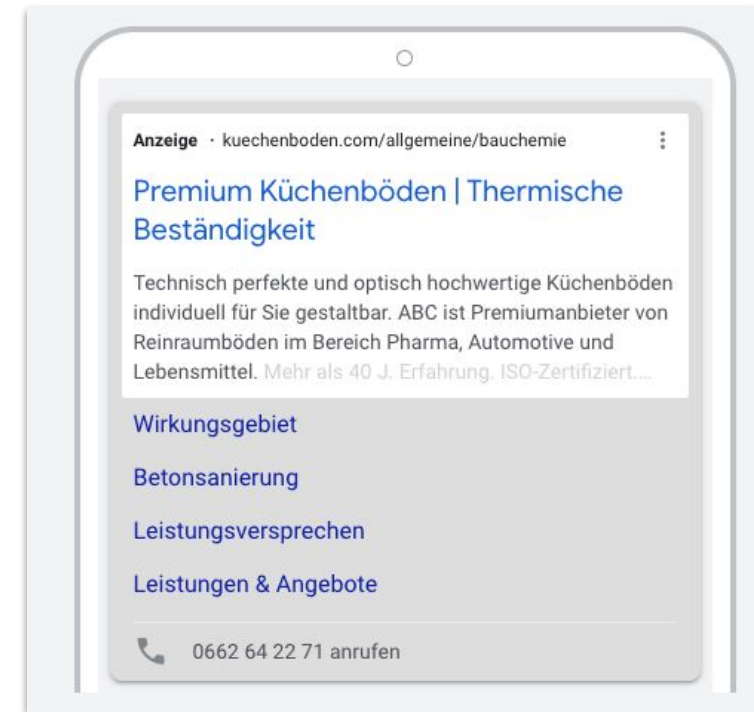
Die Allgemeine Bau Chemie mit Sitz in Salzburg ist **Experte für Abdichtungen, Bodenbeschichtungen, Betonsanierung und Untergrundsanierung**. Zielunternehmen sind unter anderem die Lebensmittelverarbeitung, Bäckereien und die pharmazeutische Industrie. Mit gezielter Online-Werbung werden Entscheider im B2B-Bereich angesprochen und somit wird der firmeneigene Vertrieb unterstützt und qualifizierte Leads generiert.

Herausforderungen

Die größte Herausforderung bei der gemeinsamen Zusammenarbeit war die Herausarbeitung der sehr spitzen Zielgruppe. Die Kampagnen richten sich vor allem **an Entscheider von B2B-Unternehmen**. Das macht es natürlich schwieriger, die richtigen Personen anzusprechen. Vor allem zu Beginn der Betreuung war es daher wichtig, die richtige Marketingstrategie und richtigen Marketingkanäle zu identifizieren, um die Zielgruppe effektiv anzusprechen.

Ziele

Der Fokus bei den Kampagnen liegt auf einer sehr spitzen Zielgruppe: Entscheidern von B2B-Unternehmen in der Lebensmittel- und Pharma-Industrie. Diese gilt es zu überzeugen und für die Böden von ABC zu begeistern. Weitere Ziele waren die Unterstützung des **Rebrandings** zu "ABC Die Beste Lösung", die Steigerung der **Bekanntheit** und die **Unterstützung des Vertriebs**. Eine enge Zusammenarbeit mit regelmäßigen Abstimmungen war nötig, um diese Ziele durch die Entwicklung und Durchführung von effektivem Online-Marketing zu erreichen.



Beispielanzeige für ein neues Produkt in Google
Ads für den Such-cluster: Küchenböden

Ergebnisse

Die Online-Marketing-Kampagnen sind erfolgreich, basierend darauf, die Zielgruppe auf den Kanälen Google und LinkedIn anzusprechen. Zusätzlich wurde das Kontaktformular auf der Website angepasst, um B2B- und B2C-Anfragen zu trennen und zu messen. Die Zusammenarbeit führte zu einer erfolgreichen Online-Präsenz mit **positiven Ergebnissen über einen langen Zeitraum**, die zur **Stärkung des Rebranding** und der Unterstützung des internen Vertriebs beigetragen haben.

Sie möchten mit Online Marketing Ihr B2B-Unternehmen auf die nächste Stufe heben?

[GESPRÄCH VEREINBAREN](#)

www.semsea.at