

# Digital Marketing Strategie - B2B

## BVMed-Akademie

Miriam Lukenda | Lukenda Consulting | [www.lukenda-digital.de](http://www.lukenda-digital.de)

# Agenda



Begrüßung



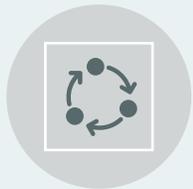
Content Marketing



Social Media  
Strategie



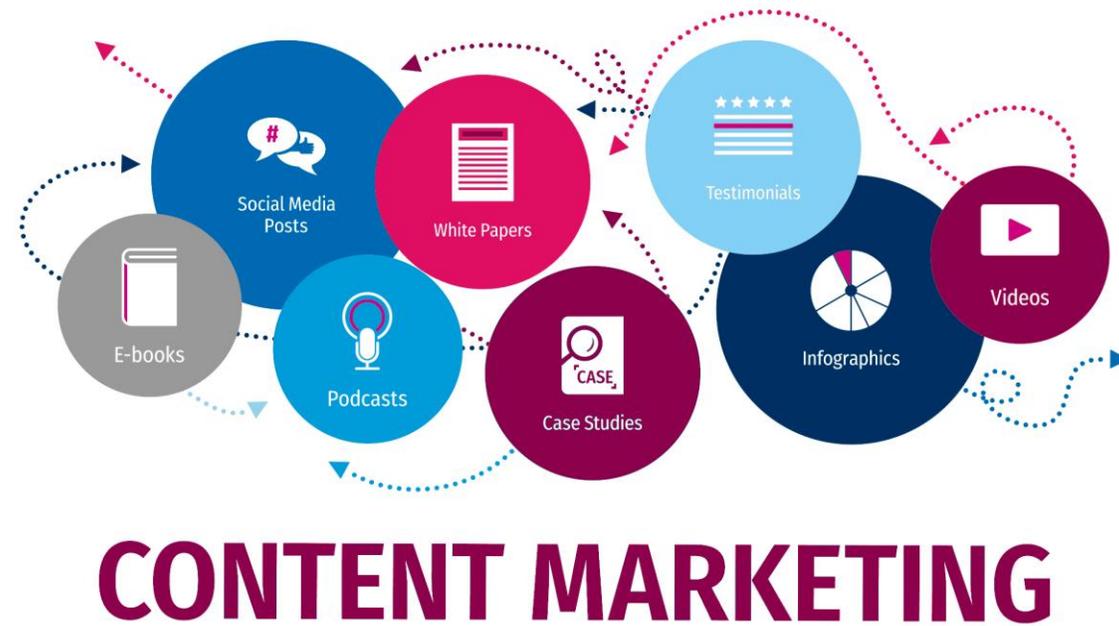
Employer Branding,  
Influencer, Social  
CEO



Social Media & KI



Q&A



## Content Marketing & Storytelling

„Content“ dient als Brücke zwischen einer Marke und den Kund:innen.

**Guter Inhalt bildet, unterhält und bindet ein.** Er baut Vertrauen auf, zeigt Fachwissen und schafft eine Verbindung.

Ob Blogbeitrag, Video oder Social-Media-Update—jedes Stück hat das Potenzial zu informieren, zu inspirieren und zu beeinflussen. Denken Sie an Inhalte als den Gesprächsstarter in der Beziehung zwischen einem Unternehmen und seinen Kund:innen.

Authentizität

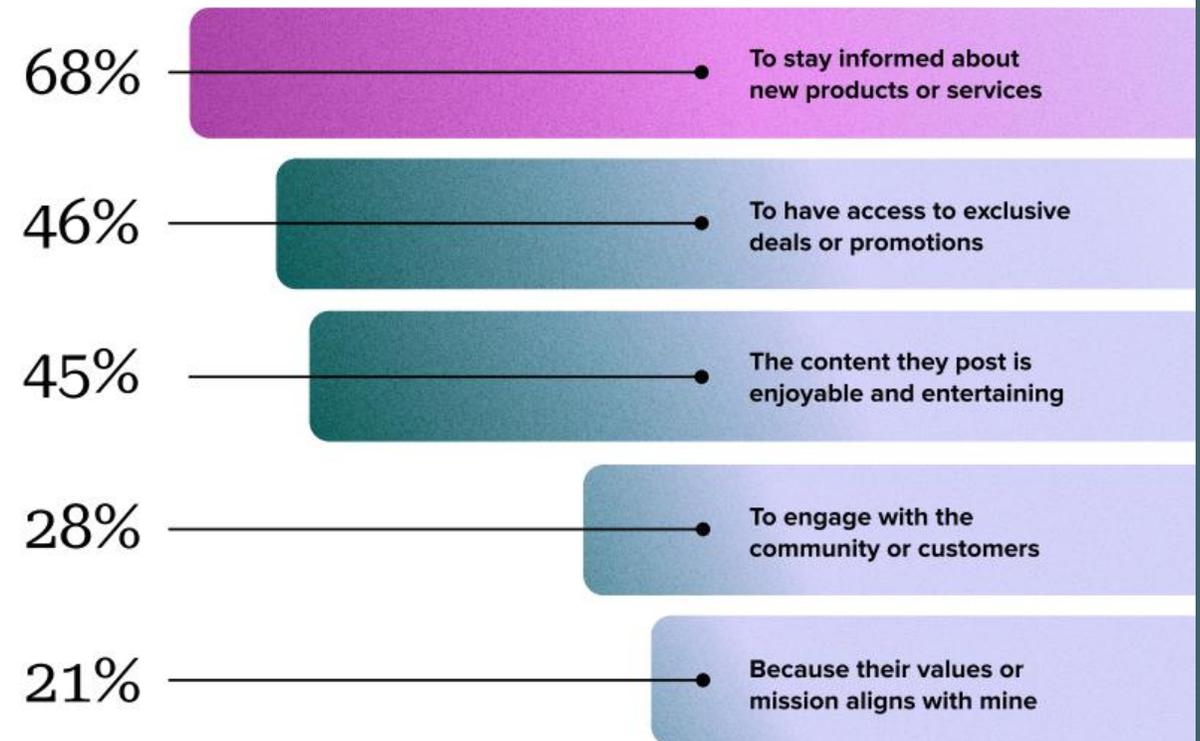
Engagement

Wertvolle Inhalte

Konsistenz

Humanisierung

## Consumers' primary reasons for following a brand on social



sproutsocial

# Storytelling-

Verpacken wir den Inhalt in eine emotionale, ansprechende Geschichte



[Once upon a time in pharma: New storytelling strategies help messages stick—inside the company and out | Fierce Pharma](#)

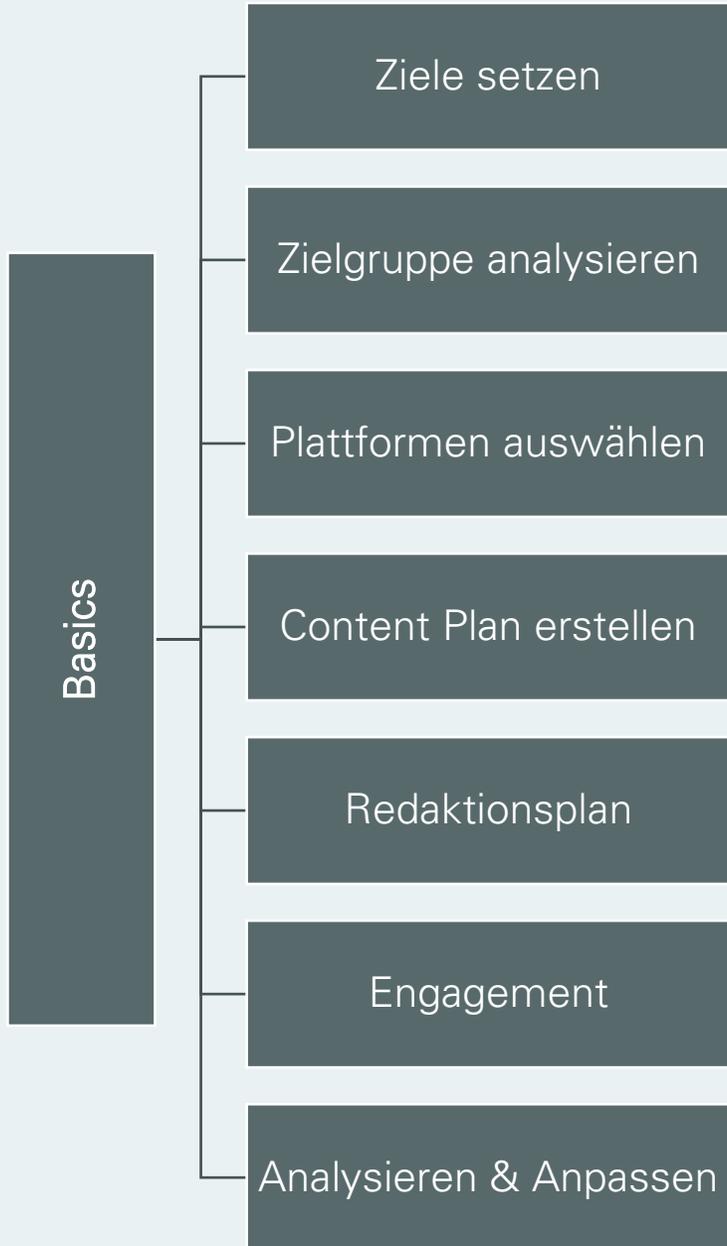
# SOCIAL MEDIA STRATEGY



## Warum braucht mein Unternehmen eine SoMe Strategie?

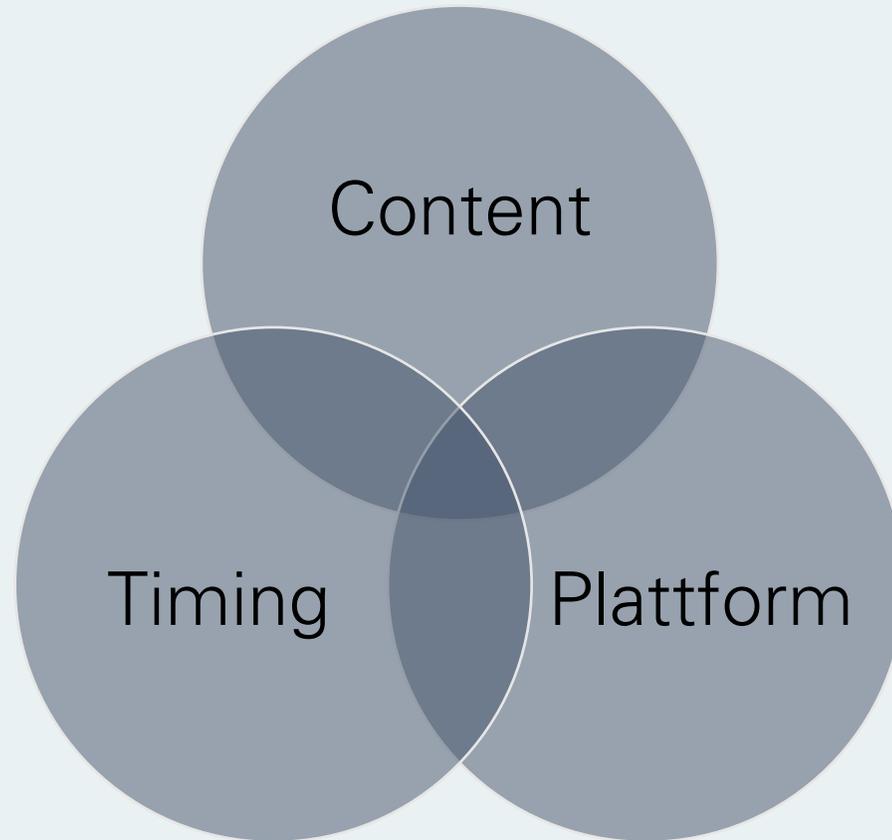
Menschen verbinden sich mit Personen, nicht mit Marken. „Humanized Brand“

21% der Deutschen haben bereits ein Produkt gekauft, das von einem Influencer beworben wurde.



Einbinden aller  
wichtigen internen  
Stakeholder in den  
Prozess

# Wie erreiche ich meine Zielgruppe?



# Beispiel J&J

[Ward 5B: How Nurses Defied Convention to Care for HIV/AIDS Patients \(jnj.com\)](https://www.jnj.com/ward-5b-how-nurses-defied-convention-to-care-for-hiv-aids-patients)



<https://youtu.be/ri26F4BYcss>

# Beispiel Böhringer Ingelheim

A unique  
bond



[A Unique Bond | Einsetzen für die Gesundheit von Menschen & Tieren \(youtube.com\)](#)

[Doctors, dogs and diabetes: Boehringer and Lilly turn to furry friends for CV risk videos | Fierce Pharma](#)

# Beispiel Maersk Being B2B social

**Maersk**  
3 Mio. „Gefällt mir“-Angaben • 3,1 Mio. Follower

Jetzt ansehen Nachricht senden  
Gefällt mir

Beiträge Info Mentions Reels Fotos Videos Mehr

**Intro**  
Welcome to the official A.P. Moller - Maersk page. We are an integrated container logistics company. Like our page for the latest news, updates and job postings within Maersk.

Seite · Spedition  
MAERSK A/S  
ist für diese Seite verantwortlich  
+45 33 63 33 63  
socialmedia@maersk.com  
maersk.com

**Featured**

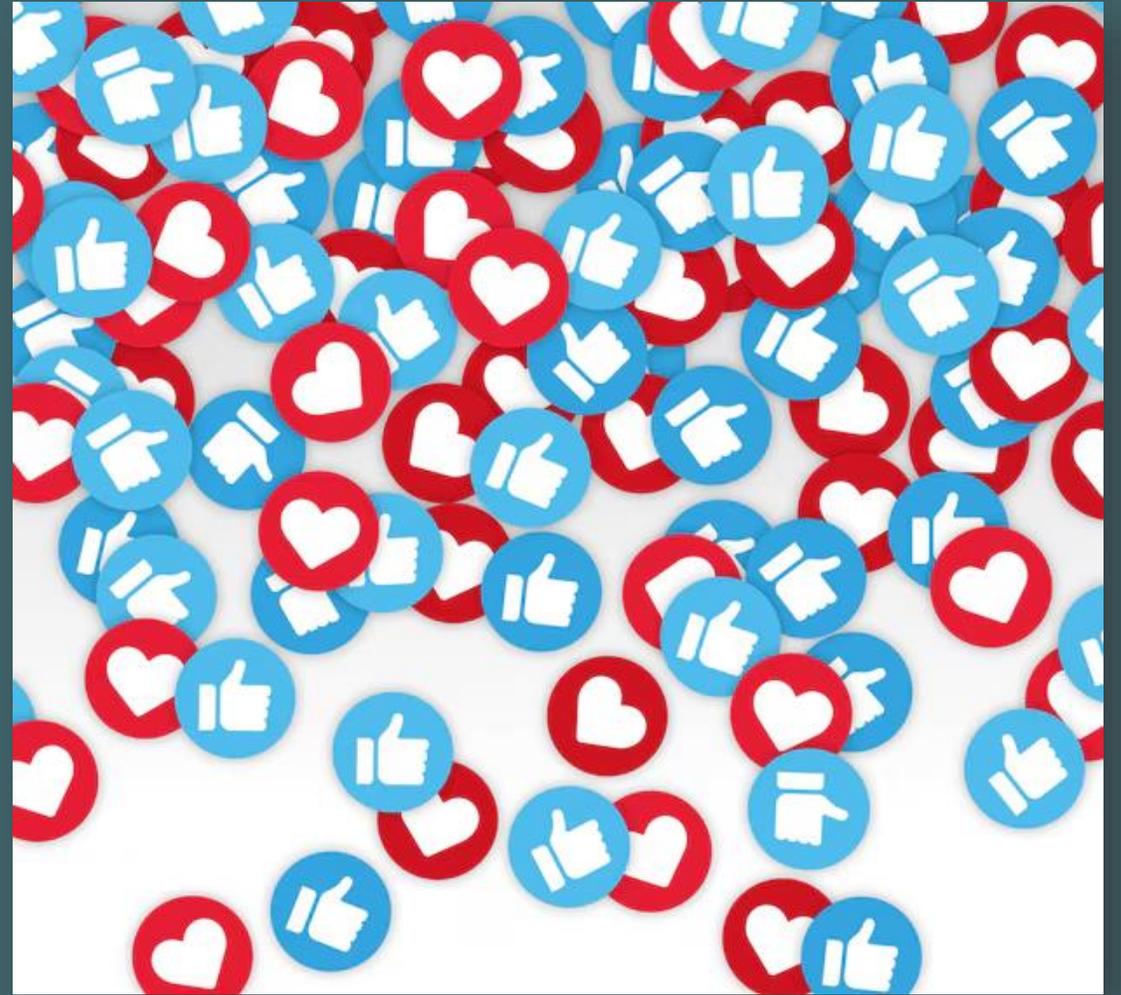
**Maersk** · 7. März  
Destination Yokohama, Japan 🇯🇵 April 2024. Our journey to reach net zero continues with the debut of our second...

**Maersk** · 8. Februar  
Maersk delivered solid financial results for 2023 in line with our financial guidance for the year. Revenue for 2023...

**Beiträge**

**Maersk** · 48 Min. ·  
What you need to know about European supply chains this month: <http://enki.io/61857ulby>

# B2B Netzwerke, Corporate Influencer



# Wie finde ich passende Netzwerke?

Wen möchte ich erreichen? Zielgruppe

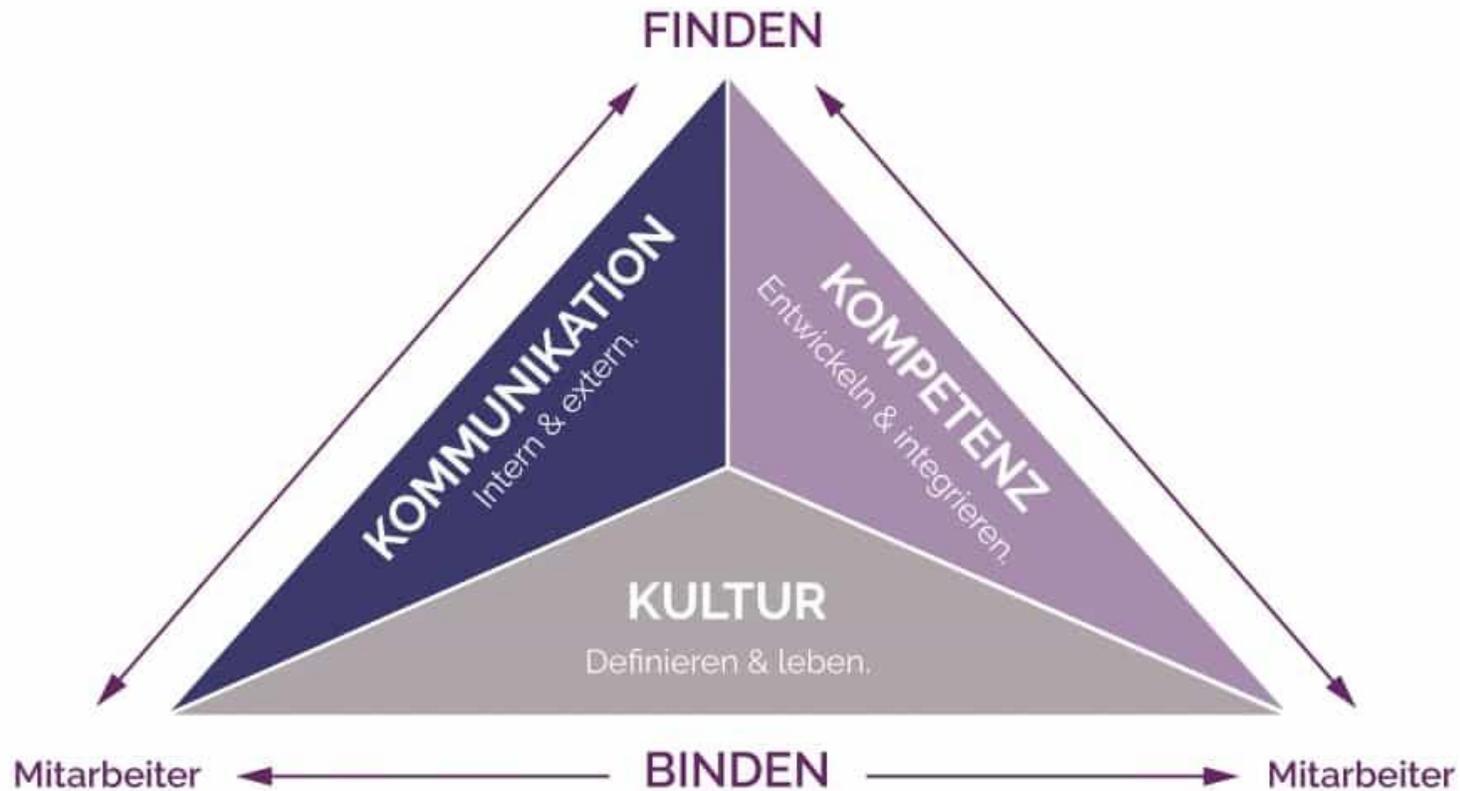
Auswahl geeigneter Plattformen

Welchen Content spiele ich dort aus?

Wie kann ich auf externen Plattformen den Bogen zur eigenen Marke schlagen?

Wie zahlt eine externe Plattform auf meine Marketingziele ein?

# EMPLOYER BRANDING



Maßnahmen können intern und extern stattfinden. Für bestehende, aber auch zukünftige Mitarbeiter:innen

# Corporate Influencer

## Wie mache ich aus Mitarbeitenden Markenbotschafter:innen?

Einen sicheren Rahmen schaffen (Regeln definieren)

Social Media Guideline erstellen

Content und Training für Mitarbeitende bereitstellen

Firmen Hashtags (Messbarkeit)

=> starkes, emotionales Arbeitgeberimage

### Corporate Influencer

Ein Corporate Influencer ist ein markentreuer Mitarbeiter, der in sozialen Netzwerken die Arbeitgebermarke authentisch präsentiert und ihr zu mehr Bekanntheit verhilft.



#### Glaubwürdigkeit

Vertrauen aufbauen



#### Reichweite

Markenpräsenz steigern



#### Einblicke

Unternehmenswerte und Insights teilen



#### Kommunikationskanal

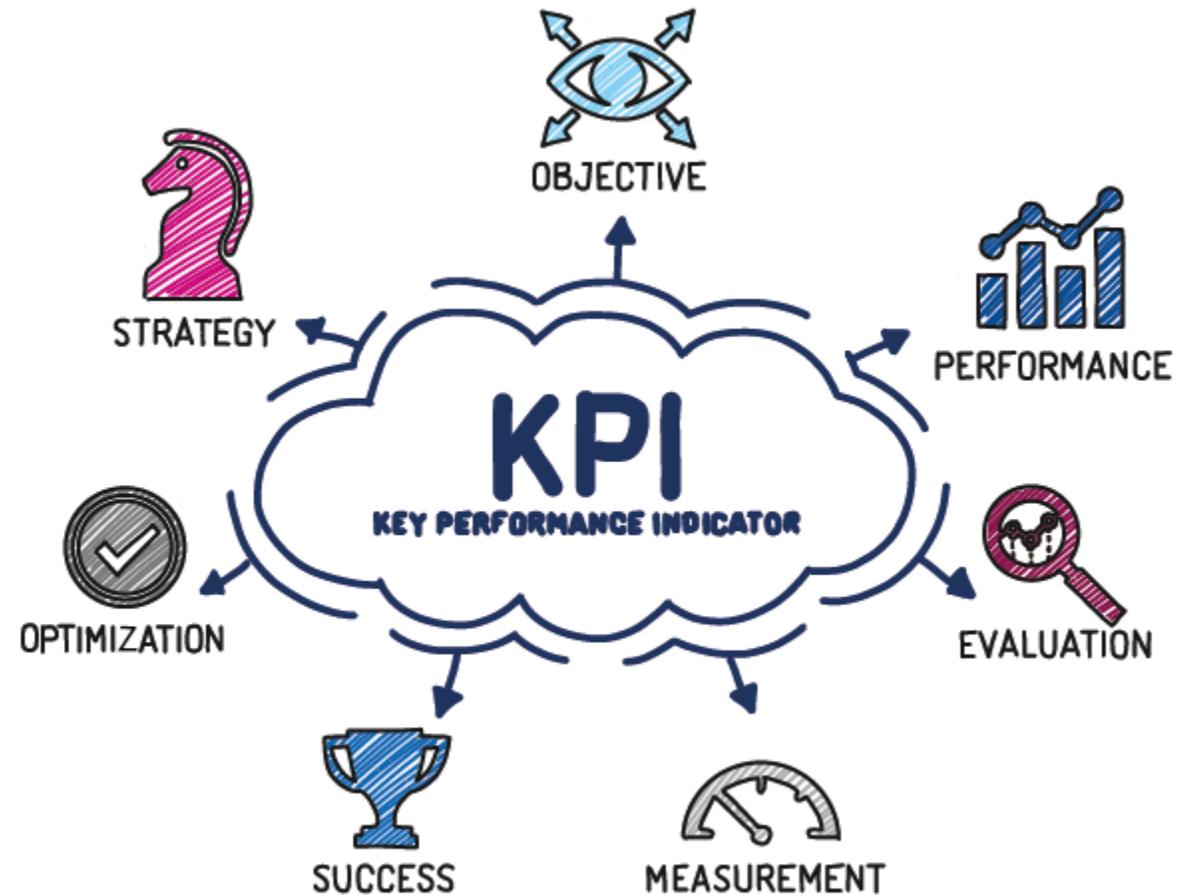
Nähe schaffen

*“Seit dem Start unserer LinkedIn-Initiative von knapp einem Jahr haben wir gut 70 Prozent neue Follower gewonnen, rein organisch und – ganz wichtig – in weiten Teilen in unseren Zielgruppen.”*

Beispiel  
Daichy Sanko

[Corporate-Ambassador-Programm auf LinkedIn | Health Relations](#)

# Performance Messung KPI's



# Was sind Social-Media-KPIs? Und wie man sie verfolgt

- Konzentrieren Sie sich auf die KPI's, die auf Ihre Unternehmensziele einzahlen
- Branchen-Benchmark zum Vergleich
- SMARTe Zielsetzung
- Performance verfolgen und analysieren => übersichtliches Dashboard mit allen relevanten KPI's (Executive Summary für Management)
  
- Definieren welche KPI's zu welchem Channel passen (CTR für Newsletter, Likes/ Shares Social Media)

[Was sind Social-Media-KPIs? 25 Beispiele + wie man sie verfolgt \(hootsuite.com\)](#)  
[Social media analytics Archives - Social Media Marketing & Management Dashboard \(hootsuite.com\)](#)

# KPI - Beispiel

## **Steigerung der Engagement-Rate bei organischen Facebook-Beiträgen um 10 % in Q3**

Es gibt...

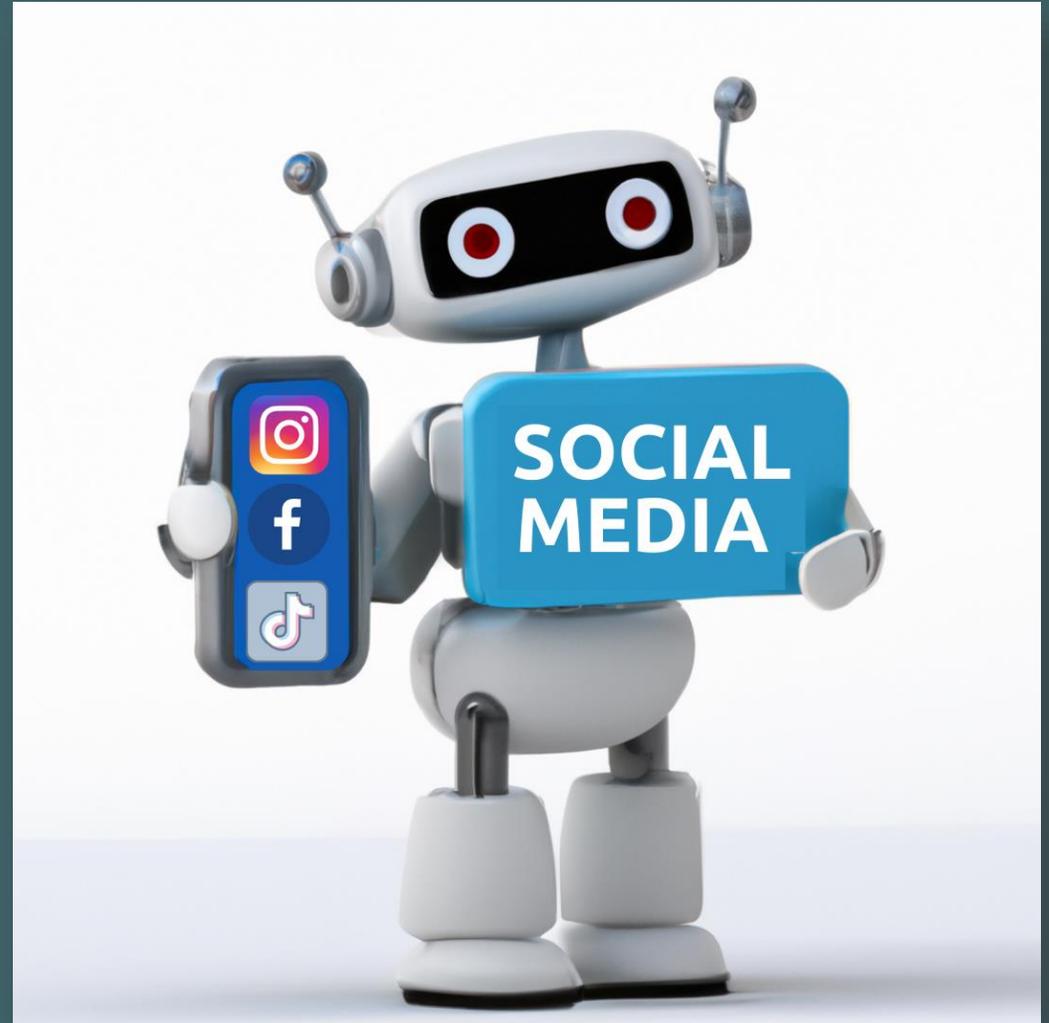
...eine eindeutige Kennzahl (Engagement-Rate)

...eine bestimmte Plattform (organisches Instagram)

...ein Ziel für das Ergebnis (10 % Verbesserung)

...einen Zeitrahmen (Q3)

# Social Media & KI



# Effizienz & Kreativität

Wo kann ich KI im Rahmen von Social Media Kommunikation einsetzen?

- Zielgruppenanalyse – Unterstützung bei der Suche nach z.B. wichtigen Meinungsbildnern in der ZG
- Textgenerierung für z.B. LinkedIn Posts
- Optimierung LinkedIn Profil
- Sammlung von Content Ideen
- Keyword Recherche
- Bild und Videoerstellung ([Midjourney](#), [Runway | Tools for human imagination. \(runwayml.com\)](#))

**Prompt:** „Schreibe mir einen LinkedIn post zu folgender Veranstaltung  
<https://www.bvmed.de/verband/veranstaltungen/kommunikation-marketing/2024-10-22-ba-digital-marketing-strategie> aus der Sicht der Referentin Miriam Lukenda  
<https://www.linkedin.com/in/miriam-l-b9904a226/>“



 **Vorfreude auf die BA Digital Marketing Strategie 2024!** 

Ich freue mich sehr, am 22. Oktober 2024 als Referentin bei der Veranstaltung "BA Digital Marketing Strategie" des BVMed dabei zu sein! 🌟

In der dynamischen Welt des digitalen Marketings ist es entscheidend, strategische Ansätze zu entwickeln, die sowohl kreativ als auch datengestützt sind. Gemeinsam werden wir die neuesten Trends, bewährte Praktiken und innovative Ansätze erkunden, um unsere Marketingstrategien zu optimieren und den Herausforderungen der Branche erfolgreich zu begegnen.

Ich lade alle Marketing- und Kommunikationsprofis ein, sich uns anzuschließen und wertvolle Einblicke zu gewinnen. Lasst uns gemeinsam die Zukunft des digitalen Marketings gestalten! 💡 🖥️

#BVDMed #DigitalMarketing #MarketingStrategie #Networking #MiriamLukenda





# Fragen? Fragen!

Für alle heute nicht gestellten Fragen erreichen Sie mich unter:  
[consulting@lukenda-digital.de](mailto:consulting@lukenda-digital.de)

Vielen  
Dank

Miriam Lukenda

Lukenda Consulting

[consulting@lukenda-digital.de](mailto:consulting@lukenda-digital.de)

[Lukenda-digital](https://www.lukenda-digital.de)