

FLYMINT[®]

LEAD MANAGEMENT COMPANY

**MIT BUYER-PERSONA-CONTENT
ZU MEHR B2B-KUNDEN?
SO HAT ES EPUNKT GESCHAFFT!**

INFORMATIV >
> RELEVANT
UNTERHALTSAM >



epunkt hat eine Vision und verfolgt diese im großen Stil: Als Recruiting-Experte wollen sie das Maximum an Zufriedenheit für alle – ihre Kunden und ihre Kandidaten. Dieser hohe Anspruch macht epunkt zum Marktführer in Österreich. Um ihr selbst gestecktes Ziel – mehr Geschäftskunden – zu erreichen, brauchten Sie zügig relevanten Content. Content, der auf ihre Zielpersonen zugeschnitten war wie eine zweite Haut und deshalb wirklich konvertiert. Wie uns das gemeinsam gelungen ist? Na, so!

SIE WOLLTEN ABHEBEN, DENN NICHTS HIELT SIE MEHR AM BODEN

epunkt ist nicht nur der Marktführer im Recruiting in Österreich, sie verfolgen mit ihrem Tun eine klare Vision: **Menschen sollen wieder lieben, was sie tun.** Um Menschen und Unternehmen zusammenzubringen, die perfekt zueinander passen, stehen die Mitarbeiter von epunkt jeden Tag auf und unterstützen Kandidaten und Unternehmen trotz Krise, Fachkräftemangel und Co. erfolgreich bei der Suche nach dem Traumjob oder dem Wunschkandidaten.

WER SO ERFOLGREICH IST ... WOZU BRAUCHT DER FLYMINT?

epunkt ist der Meister im Kandidatenmarketing. Aber für eine erfolgreiche Vermittlung von Jobs benötigt es zwei wohlwollende Parteien. Um zukünftig also noch mehr Menschen in Jobs zu bringen, in denen sie Sinnhaftigkeit und Wertschätzung erfahren, genügte es nicht mehr nur bei den Kandidaten anzusetzen. Um ihrer Mission zu folgen, wollte epunkt auch die Zuständigen in den Unternehmen erreichen. epunkt selbst hatte bisher wenig Erfahrung im Bereich des B2B-Marketings und der

STECKBRIEF

Branche:

Recruiting/ Human Resources

FLYMINT-Leistung:

Beratung zum Inbound-Prozess und Lead-Nurturing, Erstellung von 2 Whitepapers und je 5 buyer-persona-spezifischen Teaser-Texten dazu

Thema:

Kundengewinnung im B2B, Inbound-Marketing, Gated Content

Mehrwert:

Gewinnung von Interessenten im B2B, relevanter Gated Content, Gewinnung von Double-Opt-Ins, Lead-Generierung, wachsende Bekanntheit in der Zielgruppe „Unternehmen“

Content-Erstellung für die relevanten Buyer Personas. Aber das hielt sie nicht ab. Im Herbst startete epunkt ihre Mission „B2B“ und holte sich dafür FLYMINT an Bord. Also los!



Mach nichts, was
dir wurscht ist.
Mach deinen Weg.

Wir sind Recruiting.
epunkt.com



MISSION B2B: VON OBEN IST NICHT NUR DIE SICHT BESSER ...

Da wir aus vorangegangenen Projekten bereits wussten, dass epunkt und FLYMINT auf einer Wellenlänge sind, ergab sich schnell ein Inbound-Konzept für B2B, welches von allen Beteiligten zielstrebig verfolgt wurde.

So locken wir die Unternehmen an

epunkt als Marktführer sitzt auf einem großen Berg von hochaktuellen, aussagekräftigen Zahlen und Know-how, das für viele Unternehmen, die händeringend nach neuen Mitarbeitern suchen, von großem Wert ist. Diese Insights nutzten wir als Basis für die Whitepapers und konzentrierten uns auf zwei besonders relevante Themenschwerpunkte. In jedem Whitepaper wurden dann mehrere typische Schmerzen und Probleme der Buyer Personas platziert und epunkt-Methoden zur Lösung dafür vorgestellt. Jeder der fünf kurzen, buyer-persona-spezifischen Teaser-Texte fokussierte zudem ein spezifisches Problem, dessen Lösung dann im zugehörigen Whitepaper nachgelesen werden konnte.

epunkt streut nun die Teaser-Texte über den eigenen Recruiting-Blog und geeignete Social-Media-Kanäle. Interessenten folgen den Teasern direkt zur epunkt-Landingpage des Whitepapers. Für den Download dessen erteilen die Interessenten einen Double-Opt-In und – schwuppdwupp – hat epunkt Leads aus dem B2B-Bereich in seinem Pool, die sie nun weiter mit Nurturing-Maßnahmen bespielen können.

Und weil der Köder dem richtigen Fisch richtig gut schmeckt, funktioniert dieser Prozess nicht nur in der Theorie, sondern auch in der Praxis.

UND NUN DIE HARTEN FAKTEN

Was brauchten wir dafür von epunkt?

Wir brauchten ihre internen Daten und Analysen, die relevanten Buyer-Persona-Profile und CI- und Content-Guideline. Darauf aufbauend folgte je ein Interview mit einem Experten von epunkt zum jeweiligen Themenschwerpunkt und zwei weitere Telkos mit den Projektbeteiligten zur Abstimmung der Inhalte und Argumentationsstrukturen. Zu guter Letzt folgten Feedback-Schleifen und Freigaben.

Wie lang hat´s gedauert ?

1 Whitepaper (10-12 Seiten) + 5 Teaser-Texte (300-500 Wörter) = ca. 8 Wochen

Unser Beitrag bis zum Go-Live auf einen Blick:

- Umfassende Beratung zu möglichen Themenschwerpunkten der Whitepapers und Folgeprozessen
- Einholen von Texterbriefing und Materialien
- Recherche:
 - Sichtung von Buyer-Persona-Analysen, Content- & CI-Guideline und bereitgestellten Datenanalysen
 - Vorbereiten, durchführen und auswerten von Interviews mit Experten von epunkt
 - Zusätzliche themenspezifische Recherche
 - Erstellung eines Projektplans
- Gemeinsame Telko: Vorschlag für Kernaussage und Gliederung des Whitepapers sowie 5 Teaser-Themen



- Texten:
 - Lieferung Grobentwurf des Whitepapers (ca. 1 Woche nach Telko) und einholen von Feedback
 - Erstellung und Lieferung des finalen Whitepapers
 - Lieferung von Vorschlägen für Teaser-Überschriften
 - Lieferung von 5 Teaser-Texte und einholen von Feedback
 - Lieferung finale 5 Teaser-Texte

Wie viel kostete der Content insgesamt?

1 Whitepaper (10-12 Seiten) + 5 Teaser-Texte (300 – 500 Wörter)
= ca. 8 Wochen = 5.000 €

Warum konnten wir überzeugen?

- Sehr hohe Qualität der erstellten Texte hinsichtlich Grammatik, Rechtschreibung, Stil und Ausdruck
- Schnelligkeit und zuverlässige Zusammenarbeit
- hohe fachliche Qualität durch die intensive Auseinandersetzung und Vorrecherche zum Thema Recruiting
- Expertise im Bereich B2B-Content und Buyer-Persona-Content
- Empathie und Feingefühl, um sich in die Zielpersonen und deren Motive hineinzusetzen

Was hat FLYMINT davon?

Weil epunkt mit dem ersten Whitepaper und den zugehörigen Teaser-Texte überaus zufrieden war, wurden wir direkt für das nächste engagiert.

Was hat epunkt davon?

INVEST:
10.000 EUR



BENEFIT:
90%
ZEITERSPARNIS

COST PER LEAD:
28,XX EUR -

LEADS:
350 +

WER HERZEN EROBERT, EROBERT AUCH UNTERNEHMEN!

Durch die Zusammenarbeit mit FLYMINT konnte epunkt ungefähr 90% der benötigten Zeit für die Realisierung dieser B2B-Lead-Gewinnungsmaßnahme einsparen. Mehr als 350 Interessenten haben inzwischen ein epunkt-Whitepaper heruntergeladen und diese Zahl wächst rasant weiter. Denn beide Content-Herzstücke sind immer noch relevant und wertvoll für ihre Zielpersonen in den Unternehmen. Und weil auch wir lieben, was wir tun, ist epunkt ihrem Ziel – mehr B2B-Kunden – einige Schritte nähergekommen. 😊



„Das, was FLYMINT wirklich auszeichnet und das, was unsere Zusammenarbeit wirklich so erfolgreich macht, ist die Kombination aus Professionalität und Kompetenz mit der Begeisterung für die Sache und die gemeinsame Werterhaltung. Ich denke, dass dies die Mischung ist, die es so erfolgreich macht, dass es auf allen Ebenen so gut funktioniert.“

Andy Andrews

Teamleitung Marketing bei epunkt



Kostenlose FLYMINT-Erstberatung für B2B:
flymint.com/erstberatung

FLYMINT GmbH Leutragraben 1, 07743 Jena
info@flymint.com



FLYMINT[®]

LEAD MANAGEMENT COMPANY

LEAD MANAGEMENT

Sales Cloud / Marketing Cloud
Marketing Automation / Lead Routing
Lead Scoring / Progressive Profiling
Lead Qualifizierung
Buyer Personas / Zielgruppen
Content Marketing / Touchpoints
Inbound / Outbound Marketing
Disruptiver Vertrieb / Digitaler Vertrieb
CRM / E-Mail-Marketing
Commercial Excellence
Customer Journey Management
Lead Generierung / Kundengewinnung
Lead Nurturing / Kundenentwicklung