

Inbound Marketing

27 ½ beneidenswertes
Beispiele

Inhaltsverzeichnis

Social Media	- 4
Blog	- 14
Video	- 20
Landing Pages und Microsites	- 25
E-Mail	- 32

Einführung

Inbound Marketing ist wahnsinnig vielschichtig. Für virale Verbreitung kannst du Social Media nutzen. Du kannst aber auch einen Blog mit Beiträgen, Checklisten und Whitepapern füllen. Wer will, verschickt E-Mails mit nützlichen Tipps, einen Newsletter oder lädt Videos auf YouTube. Und wer alles richtig macht, nutzt personalisiertes Online Marketing, um nur Inhalte zu kommunizieren, die für die Zielgruppe relevant sind.

Kommt dir das auch manchmal viel zu viel vor? Wo sollst du anfangen und wo hörst du auf? Damit dir der Kopf nicht zu sehr raucht, haben wir die Ärmel hochgerollt und dir 27 Beispiele für gelungenes Inbound Marketing herausgesucht. Beneidenswerte Inbound Marketing Kampagnen, die uns alle inspirieren sollen.

Los geht's.

Social Media

Kein Weg führt an Social Media vorbei. Fast jeder Mensch in unserer Gesellschaft nutzt in irgendeiner Form bei Facebook&Co.

Du musst nicht alle Kanäle bespielen, aber ein authentischer und konstanter Einsatz eines Kanals lohnt sich für dich auf jeden Fall.

Wir haben dir ein paar Beispiele rausgesucht und zeigen dir, wer auf seinem Kanal die Möglichkeiten von Social Media richtig ausschöpft.



BEGIN.

#1 Starbucks

Starbucks gehörte zu den Ersten auf Social Media, die es geschafft haben, mit ansprechenden Bildern Kunden zu begeistern. Wenn du Bilder auf Facebook oder Instagram siehst, bekommst du doch auch Lust auf einen "Pumpkin Spice Frappuccino®", oder? ;)

Aber Starbucks nutzt Social Media nicht nur für Fotos. Auf dem eigenen Facebook Kanal veröffentlicht Starbucks u.a. auch Stellenanzeigen oder interagiert durch Wettbewerbe mit seinen Kunden und erhöht dadurch die Bindung.

[Zur Facebook-Seite von Starbucks >](#)



#2 Little Home

Auch, oder ganz besonders, für NGOs lohnt sich ein Social Media Auftritt. Little Home ist eine Initiative, die kleine, fahrbare Häuser für Obdachlose baut.

Little Home nutzt seine Facebook-Seite zum informieren und motivieren. Fotos von Freiwilligen und Beschenkten sollen zeigen, wie lohnenswert das Projekt ist. Und Little Home macht sich den CTA von Facebook zu eigen und ruft darüber zum Spenden auf. Einfacherer kann man kaum spenden!

[Zur Facebook-Seite von Little Home >](#)



25 Monate **LITTLE HOME Köln e.V.**

Unsere Erfolge:

- 6 Bundesländer**
- 10 Städte**
- 69 LITTLE HOMEs**

Gefällt mir Abonnieren + Spendenaktion erstellen ... Spenden Nachricht

#3 Chobani

Wenn du ein großes Produktportfolio zur Verfügung hast, sind die Grenzen des Visual Marketings praktisch unbegrenzt. Aber was wenn man nur ein einziges Produkt hat? Chobani ist hier ein hervorragendes Beispiel:

Auf Chobanis Instagram wirst du staunen, was man aus griechischem Joghurt alles herausholen kann. Chobani zeigt seinen Joghurt in allen nur denkbaren Kombinationen und beim Anblick der Bilder bekommst auch sicherlich du Hunger auf mehr Visual Marketing.

Zur Instagram-Seite von Chobani >



#4 Salzen

Auch Salzen ist ein gelungenes Beispiel für den Einsatz von Bildern. Das Kölner Unternehmen stellt Rucksäcke für die neue "work generation" her: Stylish, funktionale Rucksäcke, die man mit ins Büro nehmen kann. Und genau diese Botschaft schreit der Instagram Account von Salzen: cool, lässig, business und Großstadt. Ziel ist es, junge, aufstrebende Menschen mit diesem Vibe anzustecken. Salzen ist übrigens ein gutes Beispiel, dass auch pure Produktfotos die Message transportieren können.

Zur Instagram-Seite von Salzen >



#5 Sewickley Academy

Selbst wenn du ganz neu in der Welt des Inbound Marketing bist, hast du bestimmt schon eine der goldenen Regeln bemerkt: Erstell Content, der deinen Followern einen Mehrwert bietet, anstatt einfach nur zum x-ten Mal den Kauf deines Produktes zu promoten. Wer das gut kann? Sewickley Academy auf Pinterest. Sewickley Academy ist eine s.g. "college preparatory school", die eine beeindruckende Sammlung an hilfreichen Inhalten publizieren. Zielgruppe: Eltern, die vor der schwierigen Entscheidung stehen, auf welche Schule ihre Kinder gehen sollen.

[Zur Pinterest-Seite von Sewickley Academy >](#)

101
THINGS
TO DO WITH
YOUR KIDS
BESIDES
WATCHING TV



Summer Fun
To-Do List
for Preschoolers!



#6 L.L. Bean

L.L. Bean ist ein fabelhaftes Beispiel dafür, wie man das Marketing einer alten Marke vom Staub befreit. L.L.Bean verkauft seit 1912 warme und gemütliche Winterstiefel. Anstatt die Stiefel von allen Seiten zu fotografieren, stellt L.L. Bean Sammlungen von Outdoor-Bildern zusammen. Sonnenaufgänge, schneebedeckte Wiesen, Lagerfeuer und und und.

Mit dieser Strategie folgt das Unternehmen den Prinzipien von Pinterest und inspiriert die Nutzer zum Rausgehen. Ganz zufällig bietet man dazu die perfekten Winterstiefel an.

[Zur Pinterest-Seite von L.L. Bean >](#)



#7 Taco Bell

Social Media muss und soll persönlich sein und deine Corporate Identity widerspiegeln. Taco Bell und sein farbenfroher Twitter Account sind hier ein tolles Beispiel.

Handgemalte Doodles von Einhörnern. Cartoon Tacos. GIFs. You name it. Der Twitter Account wirkt fast wie ein Blick in den alten Uni-Block. Diese individuelle Bildsprache und eine Prise Ironie heben Taco Bell merklich von der Konkurrenz ab und erzielen bei der jungen Zielgruppe einen hohen Wiedererkennungswert.

[Zur Twitter-Seite von Taco Bell >](#)



#8 Telekom hilft

Facebook als eigener Support-Kanal. Geht auch. Telekom nutzt seine Facebook-Seite "Telekom hilft", um Kunden nicht nur direkt Support zu liefern. Nein, vielmehr werden proaktiv nützliche Tipps rund um die Telekom und das Internet geliefert.

Dafür zieht sich sogar der CEO die Kochschürze über und spricht beim Plätzchenbacken über die Erfolge aus dem Jahr 2018.

Zur Facebook-Seite von Telekom hilft >

Telekom-hilft
19. Dezember 2018 um 13:58 · 🌐

"In der Weihnachtsbäckerei..." 🎵 🍪 Unser CEO wirft sich zu den Feiertagen die Backschürze über und erinnert sich dabei an alles, was wir 2018 so erreicht haben. Auf welche Highlights wir zurückschauen, erfahrt ihr direkt aus Tim Höttges' Backstube: <http://bit.ly/FdW51-18>. 🍪
#Geklickt

FRAGE DER WOCHE

Was haben wir dieses Jahr alles erreicht?

TELEKOM HILFT

MO. - SO.
7 - 23 UHR

Achtung: Bitte posten Sie keine personenbezogenen Daten.
Sofern wir Ihre Daten benötigen, teilen wir Ihnen mit, wie Sie diese an uns übermitteln können.

#9 Cubit Shop

Farbenfroh. Das ist der Instagram Account von Cubit Shop. Das Unternehmen nutzt die Plattform vor allem dazu, um den Nutzern zu zeigen, was man mit seinen modularen Möbel alles machen kann.

Cubit Shop nutzt eigene Produktfotos und Fotos von Kunden. Dadurch entsteht ein authentisches und farbenfrohes Bildermeer, das die Vorzüge der Produkte herauszaubert und Inspirationen für das eigene unverwechselbare Heim bietet.

[Zur Instagram-Seite von Cubit Shop >](#)



Blog

Es gibt unzählige Blogs. Von Privatpersonen über Profi-Blogger bis hin zu unternehmenseigenen Blogs.

B2B-Blogs lohnen sich für dich in deinem Unternehmen auf jeden Fall. Wichtig: Sei relevant und beachte, dass du die Quote von 90% Content und 10% Produktverkauf nicht überschreitest. Biete den Lesern einen Mehrwert. Und bleib dir selber treu.



BEGIN.

#10 HubSpot

Der HubSpot Blog ist die Königsklasse. Mehr Inhalt geht kaum. HubSpot liefert zu fast allen Themen des Marketings Content: SEO, Inbound Marketing, Blogging und vieles mehr. Dazu kommen aber auch nützliche Randthemen wie eine Anleitung zu Pivot-Tabellen oder wie man bei Instagram repostet. Warum gibt HubSpot so viel Wissen preis? Je öfter ich bei HubSpot die Antworten zu meinen Fragen finde, desto mehr spreche ich dem Unternehmen die Expertenrolle zu. Und von einem Experten kaufe ich auch gerne Produkte.

Zum HubSpot-Blog >



Marketing-Strategie

In 7 Schritten zur digitalen Marketing-Strategie

MARKETING | 12 MIN. LESEZEIT



Bloggen

Was ist ein Unternehmensblog? [FAQs]

MARKETING | 3 MIN. LESEZEIT

#11 American Express Open Forum

American Express ist ein tolles Beispiel dafür, was man aus einem gewöhnlichen Blog noch alles rausholen kann: Mit seinem Open Forum hat das Unternehmen ein Portal für kleine Unternehmen geschaffen, die sich entwickeln wollen. Die User Experience ist so gestaltet, dass die Nutzer leicht miteinander, sowie den Autoren der Artikel, in Kontakt treten können. So kannst du über Themen hervorragend diskutieren und American Express schafft eine aktive Gemeinschaft. Dazu legt American Express Wert darauf, dass man leicht die Themen weiter vertiefen kann.

Zum Open Forum >

The screenshot displays the top navigation bar of the OPEN forum website. The navigation menu includes links for 'OPEN forum', 'Editors' Picks', 'Planning for Growth', 'Managing Money', 'Getting Customers', and 'Building Your Team'. A search bar is located on the right with the placeholder text 'What can we help you with?'. A 'Ask Question' button and a user profile icon are also present.

The main content area features a personalized greeting: 'Hi Megan. Welcome to OPEN Forum!'. Below this, there is a section titled 'Follow 3 or More Topics' which displays a grid of topic buttons. The buttons are arranged in three rows: the first row contains 'Digital Tools', 'Marketing & Sales', 'Social Media', 'Customer Service', 'Leadership', and 'Productivity'; the second row contains 'Cash Flow', 'Hiring & HR', 'Financial Analysis', 'Financing', 'Taxes', and 'Getting Customers'; the third row contains 'Managing Money', 'Growth Opportunities', 'Strategic Planning', 'Market Analysis', and 'Planning for Growth'. A 'Building Your Team' button is positioned below the grid. A 'Follow Topics' button is located at the bottom of the topic grid.

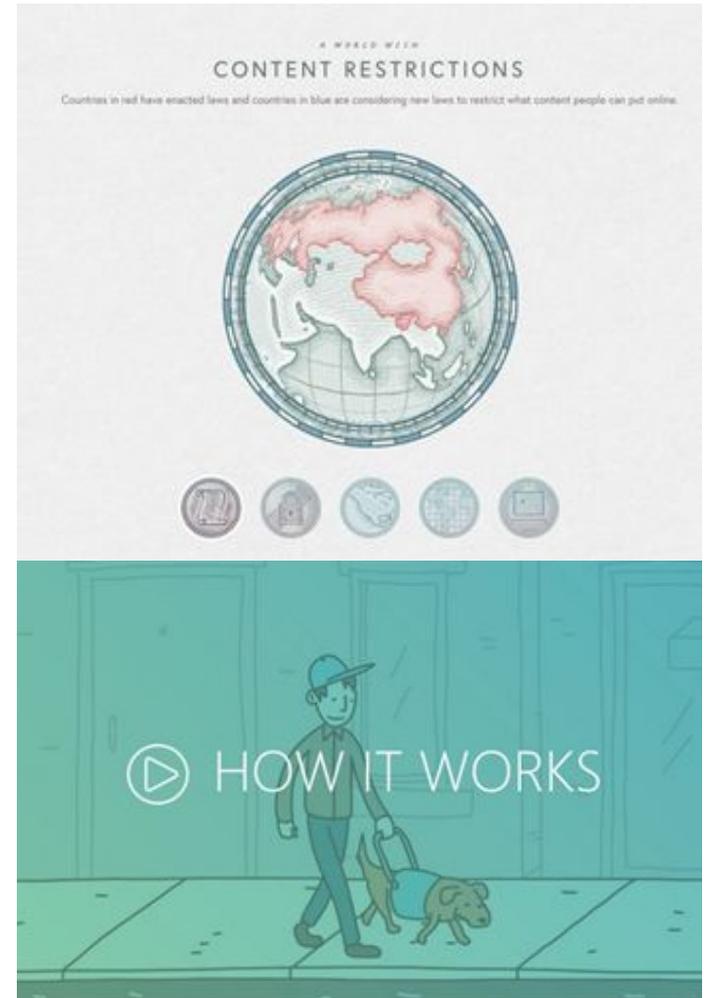
At the bottom of the screenshot, there is a photograph of a man and a woman in a professional setting, engaged in a conversation.

#12 Microsoft B2B Marketing

Microsoft zeigt, dass B2B Marketing nicht nur Zahlen und Fakten sein muss.

In den Microsoft Stories finden sich z.B. animierte Grafiken oder liebevolle Illustrationen. Aber auch die Texte sind hervorragend und durchaus von journalistischer Qualität. Dazu lassen die Autoren ihre persönliche Note einfließen. Die Macher des Microsoft Blogs nutzen die Möglichkeiten des Product Storytelling, um die umfangreichen Ressourcen von Microsoft verständlich zugänglich zu machen.

[Zum Microsoft Blog >](#)



#13 Invision

Wer als Designer einen Blog baut, der muss nicht nur inhaltlich sondern vor allem auch optisch liefern. Wie gut, dass Invision eine ganze Menge Optik liefert. Sogar ein komplett eigenes Magazin: Inside Design.

Aber auch die Inhalte von Invision überzeugen und decken eine gigantische Spannbreite an Themen ab: Blockchain, Portfolio-Aufbau, Buchtipps, Trends, und und und.

[Zum Invision Blog >](#)

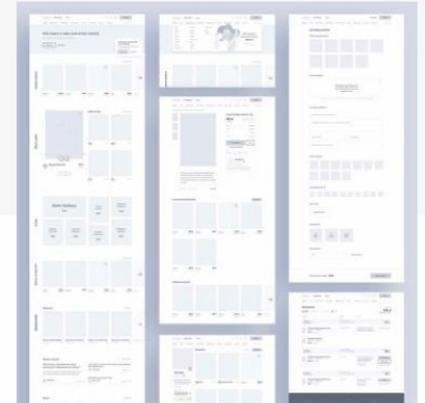
Inspiration



INSPIRATION

101 quotes about design and creativity

BY MARGARET KELSEY



UX

Wireframe examples from some of our favorite UX designers

BY KRISTIN HILLERY

#14 BoomTown ROI

BoomTown hat kein einfaches Produkt, was man schick fotografieren kann. BoomTown nutzt seinen Blog deshalb, um Immobilienmakler mit Tipps und Tricks im Arbeitsalltag zur Seite zu stehen.

Das Unternehmen hält sich an die 90/10 Regel und versucht mit hilfreichen Beiträgen das Vertrauen der Leser zu gewinnen. Aus dieser Rolle heraus lässt sich ein erklärungsbedürftiges Produkt, wie die BoomTown Software, leichter verkaufen.

[Zum BoomTown Blog >](#)

7 Thank-You Notes You Should Be Sending Your Real Estate Leads [Free Templates]



by **Joanna Harrison** on November 19, 2018



Video

Videos werden immer beliebter. Ob 10 Sekunden Videos bei Instagram, GIFs oder längere Videos bei YouTube. Videos sind einfach eine gute Möglichkeit, die eigene Botschaft und die eigenen Produkte darzustellen.

Aber wo kann man Videos nutzen? Und wie bekomme ich gute Videos?

Hol dir Inspiration bei den folgenden Video-Profis.



BEGIN.

#15 GoPro

Tauchen mit Walen. Fallschirmspringen im Gorillakostüm. Einen Wasserfall runterspringen. Was GoPro aufwändig produzieren müsste, machen die GoPro Nutzer freiwillig in ihrer Freizeit. Und daraus besteht die Quintessenz bei GoPro.

Auf seinem YouTube Kanal zeigt GoPro so sein Talent im B2C Video Marketing und kreiert ganz nebenbei eine Community für seine Nutzer, in der jeder seine coolsten und wildesten GoPro Abenteuer zeigen kann.

Zum GoPro YouTube-Kanal >

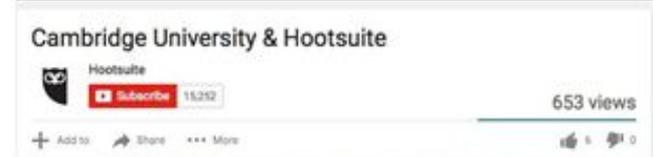


#16 Hootsuite

Auch im B2B Marketing kann man sehr gut mit Videos arbeiten. Wie? Das zeigt Hootsuite. Bei Hootsuite geht es nicht nur um B2B sondern auch um SaaS. Es ist also auch möglich in solchen Bereichen Videos zu nutzen.

Auf dem eigenen YouTube Kanal zeigt Hootsuite seine Kunden und deren individuelle Hootsuite Geschichte. Dabei legt das Unternehmen Wert darauf, die ganze Persönlichkeit seiner Kunden herauszustellen und gibt seinen Videos so einen ganz einzigartigen Charakter.

Zum Hootsuite YouTube-Kanal >

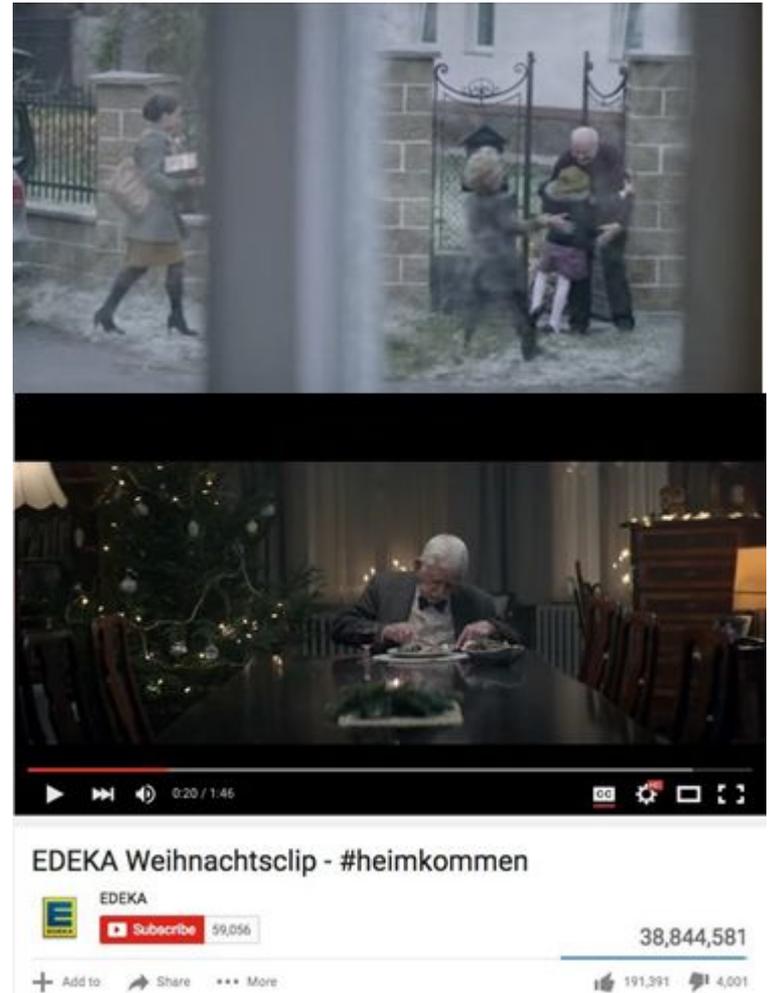


#17 Edeka

Das ultimative Beispiel für Werbung, die nicht wie Werbung aussieht.

#heimkommen. Unter diesem Hashtag hat Edeka 2015 an Weihnachten eine Werbung gezeigt, die sich deutlich von anderen Werbevideos abgesetzt hat. Anstatt seine Produkte zu bewerben, hat Edeka ein Video kreiert, in dem es um die Botschaft geht, Weihnachten gemeinsam zu verbringen. Manchmal ist eine gefühlvolle und melancholische Botschaft mehr wert als alles andere...

Zum Edeka Weihnachtsclip >



EDEKA Weihnachtsclip - #heimkommen

EDEKA
Subscribe 59,056

38,844,581

+ Add to Share ... More

191,391 4,001

#18 BoomTown ROI

Schon wieder BoomTown? Richtig! BoomTown hat nicht nur einen tollen Blog, sondern ist auch im Video Marketing ganz vorne mit dabei.

Auf YouTube veröffentlicht BoomTown nicht nur Videos, in denen Nutzer von ihren Erfahrungen mit der Software sprechen, sondern auch Videos, die an den Blog anknüpfen. Experten reden über vielfältige Themen und bieten so einen Mehrwert. In der eigenen Serie "Driven" werden diese Interviews übrigens in ungezwungener Atmosphäre im Auto aufgenommen. Mal etwas ganz Anderes.

[Zum BoomTown ROI YouTube-Kanal >](#)



BoomTown - Manage the Monster

185 Aufrufe • vor 2 Monaten



BoomTown - The Switch

10.041 Aufrufe • vor 6 Monaten



Driven Episode 6 - Building a Family in Real Estate with

819 Aufrufe • vor 1 Jahr



Driven Episode 5 - Using Data to Foster Success with Jeff

109 Aufrufe • vor 1 Jahr

Landing Pages und Microsites

Landing Pages und Microsites sind eigenständige Seiten, die unabhängig von der eigentlichen Unternehmens Webseite sind. Sie dienen nur einem einzigen Zweck, weshalb ihre Gestaltung besonders wichtig ist.

Damit du eine Idee bekommst, was man aus einer Landing Page oder Microsite alles herausholen kann, haben wir für dich etwas Inspiration zusammengesucht.



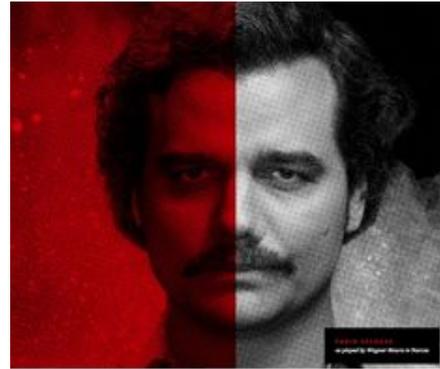
BEGIN.

#19 Netflix

Gemeinsam mit dem Wall Street Journal hat Netflix einen wahren Game Changer für das Native Advertising geschaffen. In "cocaineconomics" kombiniert Netflix journalistische Texte mit herausstechenden Grafiken und multimedialen Beiträgen, um über das Kokaingeschäft zu berichten.

Und ganz nebenbei wurde "cocaineconomics" zeitgleich mit der Netflix Serie "Narcos" publiziert. So ein Zufall.

Zu cocaineconomics >



Cartel member José Gonzalo Rodríguez Gacha built the cartel's military arm, hiring British and Israeli mercenaries to train his men, and uniting with right-wing death squads and paramilitary groups battling Colombia's leftist guerrillas.

**PLATA O PLOMO**

Escobar's challenge was simple: "Plata o plomo" ("Take my silver or take my lead").

"I would rather have a grave in Colombia than a jail cell in the U.S."

- Pablo Escobar



Finally, the Medellín organization used vast amounts of money to bribe law enforcement and government officials. The bribes were the criminal equivalent of legitimate businesses hiring lobbyists and paying regulatory fines. Although it meant handing over "a very sizeable share of their income" in bribes, Heymann says, it was simply a line item on the cartel's profit and loss statement. Of course, the bribes came with a not-so-subtle threat of violence. Escobar's challenge, oft repeated, was simple: "Plata o plomo" (literally,

#20 Chipotle

Millennials zu beeindrucken ist nicht leicht, das weiß auch Chipotle. Diese Zielgruppe ist ständig online und wird mit Werbung zugeballert. Apropos: Ballern :)

Ein Computer-Spiel. Die Spieler schießen aus Chipotle-Burritos und befinden sich im Kampf gegen künstliche Inhaltsstoffe. Hut ab für soviel Kreativität und Einsatz.

Hier geht's zu den Taste Invaders >



#21 Transferwise

Die Deutschen und das liebe Geld. Sensibles Thema. Transferwise geht damit aber erstaunlich gut um:

Der Anbieter für alles rund um Auslandsüberweisungen bietet auf seiner Seite ein Tool an, das Vertrauen schaffen soll. Potentielle Nutzer können genau sehen, wie viel Geld sie bei der Überweisung an Gebühren sparen; im Vergleich zur herkömmlichen Bank. Dazu gibt es die klassischen Infos und Kundenmeinungen. Aber das Tool ist der wahre Hingucker.

Zu Transferwise >

Bye bye Banken, hallo Welt.

Du überweist
1,000 EUR

5.78 EUR 'Schnell und Einfach'-Überweisung

Gebühr

994.22 EUR Betrag, den wir umtauschen

0.89760 Garantierter Wechselkurs (48 Std)

Empfänger erhält
892.41 GBP

Du sparst bis zu: **40.86 EUR**
Sollte **in wenigen Sekunden** ankommen

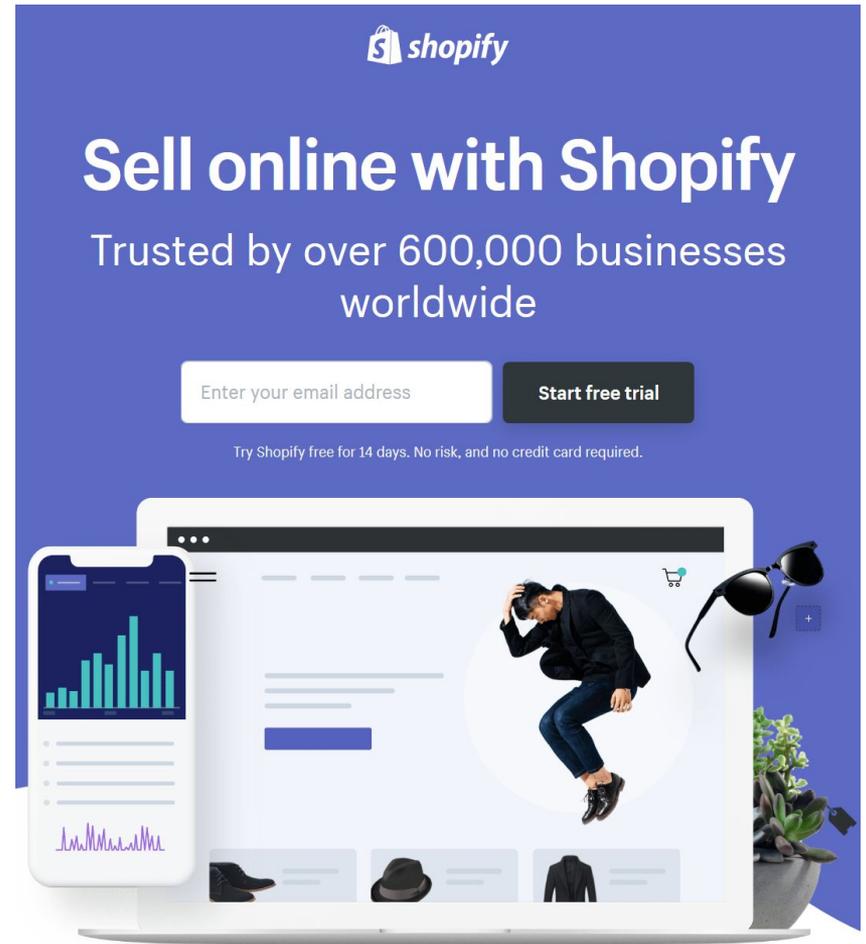
Kostenvergleich Los geht's

#22 Shopify

Shopify ist ein gutes Beispiel, wie man Nutzer schnell zu einem Probe-Abo navigiert. Der Anbieter für kleine, aber feine Online-Shops bietet auf seiner Landing Page an prominenter Stelle einen Probe-Account an.

Da es sich um eine Landing Page handelt, kommen die üblichen Infos zum wer, was, wieso erst später. Denn auf diese Seite kommt eigentlich nur jemand der auf den CtA in einer Anzeige reagiert hat. Man kann sich auf der Landing Page also ganz beruhigt auf das wesentliche konzentrieren: SALE.

Zur Landing Page von Shopify >



The image shows a promotional graphic for Shopify's landing page. At the top left is the Shopify logo. The main headline reads "Sell online with Shopify" in large white font, followed by the sub-headline "Trusted by over 600,000 businesses worldwide". Below this is a white input field for "Enter your email address" and a dark blue button labeled "Start free trial". A small line of text below the button states: "Try Shopify free for 14 days. No risk, and no credit card required." The bottom half of the graphic features a laptop and a smartphone displaying a clean, modern e-commerce website layout. The laptop screen shows a hero image of a man in a black suit jumping, with a shopping cart icon in the top right. Below the hero image are three product cards for shoes, a hat, and a jacket. To the right of the laptop, a pair of sunglasses and a small potted plant are visible against the blue background.

#23 Nauto

Auch Nauto ist ein gutes Beispiel dafür, wie man die Landing Page für eine Anzeige/ CTA gestalten kann. Im Fall von Nauto will man die Nutzer davon überzeugen, ein eBook herunterzuladen.

Dazu gibt es ein klassisches Formular. Also Kontaktdaten für ein eBook. Sollten Nutzer doch noch nicht überzeugt sein, liefert Nauto unterhalb des Formulars noch Informationen, Kundenstimmen und Videos. Nauto ist also ein ganz klassisches Beispiel für eine Landing Page.

Zur Landing Page von Nauto >

How to Reduce Fleet Collisions in 4 Ways

Learn how you can:

- Reduce fleet collisions
- Coach high-risk drivers
- Incentivize driver safety

This free eBook gives you the 4 steps you need to improve safety in your fleet. Fleets who followed these 4 steps reduced insurance claims by 35%. You can too.

Download the Fleet Safety eBook Now

First Name*	Last Name*
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Business Email*	Phone number*
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Company Name*	Country*
<input type="text"/>	Please Select <input type="text"/>
Company Fleet Size*	<input type="text"/>

Download eBook

How does Nauto work?

Improving fleet safety requires full context. Nauto uses in-cabin artificial intelligence to assess the driver, vehicle and road ahead to detect and coach distracted and aggressive driving in real-time.



High-risk events captured by Nauto's intelligent driver safety system

Learn more

#24 Unbounce

Die Mutter aller LandingPages hat Unbounce. Naja gut, zumindest hat Unbounce die Landing Page mit deren Hilfe man alle anderen Landing Pages bauen kann.

Aber hier kommt das Besondere: Unbounce fragt keine Kontaktdaten ab. Du kannst den Landing Page Kurs direkt auf der Seite beginnen. Direkter Wissenstransfer ohne Gegenleistung. Das gibt es selten. Warum macht Unbounce das? Um als Experte angesehen zu werden. Und von Experten kaufen die Leute auch Tools und Software.

Zur Landing Page von Unbounce >

1. What is a Landing Page?

A landing page can be any page that someone lands on after clicking on an online marketing call-to-action. Dedicated, promotion-specific landing pages are what we'll be focusing on. Dedicated landing pages are standalone pages that are designed for a specific marketing campaign.

By standalone I mean that it has no ties to your website, like global navigation. In essence it floats alone, only accessible from the link you're providing in your marketing content (the call-to-action in an email for example).

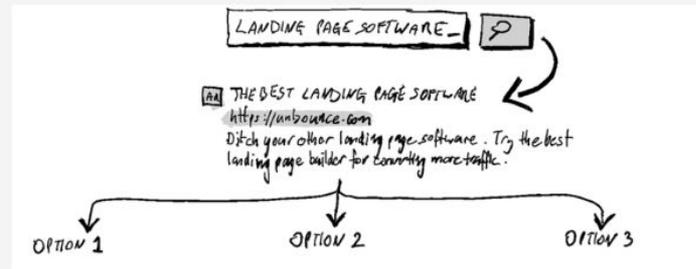
The purpose of a landing page falls into two categories:

1. to capture leads that enable you to market to people in the future, or
2. to "warm up" potential customers to the product you are trying to sell to them before sending them further into your sales funnel.

This creates the need for two types of landing page – a lead generation page and a click-through page.

QUIZ TIME! In the Diagram Below, Which Option is the Best Place to Send the Ad Traffic?

Click the one you think is best.



E-Mail

Oldie, but Goldie. E-Mails sind immer noch ein wichtiger Kommunikationskanal. Die Übermittlung der E-Mail-Adresse ist immerhin der erste Schritt zu einer Kundenbeziehung.

Aber Achtung: Auch bei einer E-Mail solltest du dir Mühe geben. Nichts ist nerviger als eine irrelevante Mail. Dank Marketing Automation kannst du das Userverhalten nutzen und passende Mails verschicken.

Hier ein paar Beispiele, die das E-Mail Marketing perfektioniert haben.



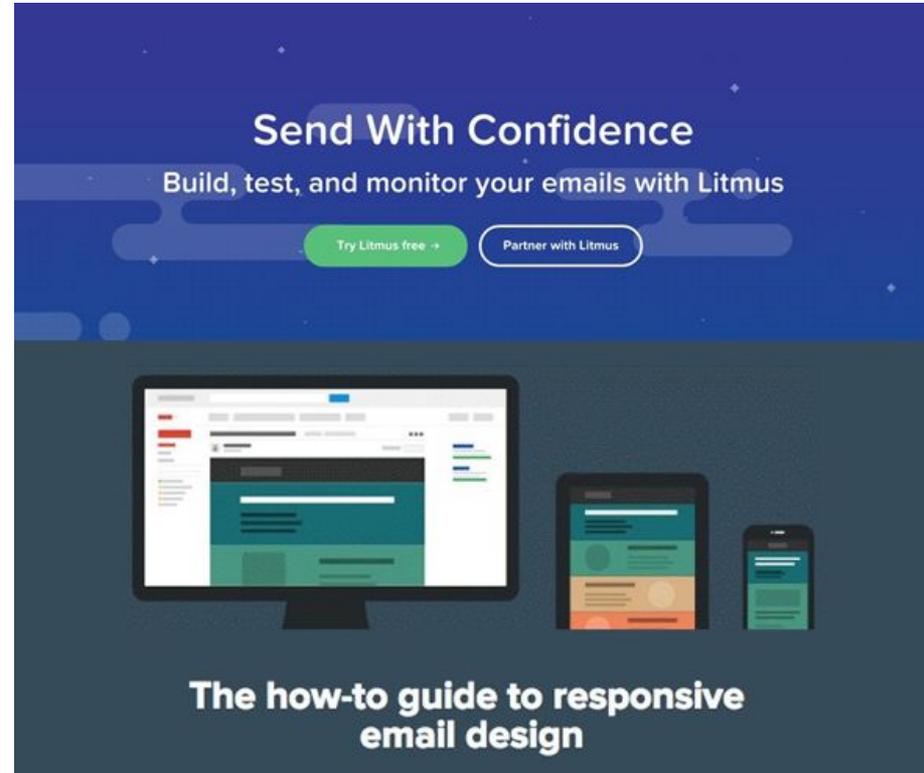
BEGIN.

#25 Litmus

Als Plattform für E-Mail Testing und Analyse liegt es für Litmus natürlich nahe, aus seinen E-Mails das Maximum herauszuholen.

Anstelle von statischen Texten nutzt Litmus z.B. GIFs oder lenkt mit auffälligen CTAs die Aufmerksamkeit. All das führt dazu, dass man eher das Gefühl hat auf einer Webseite unterwegs zu sein als im eigenen Posteingang. Durch diese Gestaltung bekommt man Lust auf das Weiterlesen und auf Litmus.

Zur Webseite von Litmus >



#26 Spotify

Spotify ist ein Meister des E-Mail Marketings, besonders der Personalisierung. Spotify verschickt nur dann E-Mails, wenn sie den Empfänger auch wirklich interessieren. Wenn du Heavy Metal hörst, wirst du keine Mails für neue Pop Alben bekommen. Du bekommst also nur Post für das, was du hörst und sollst so das Gefühl haben, dass der eigene Musikgeschmack gut ist.

Plus, wer wacht nicht gerne mit den Neuigkeiten auf, dass die Lieblingsband ein neues Album veröffentlicht hat.

Zur Webseite von Spotify >



Hi Megan,

Judah & The Lion on Audiotree Live by Judah & the Lion are now available on Spotify!



LISTEN NOW



Thank you for being a top listener.

Hey it's Charles Kelley from Lady Antebellum.

You're getting this email because you are one of Lady Antebellum's top listeners on Spotify. Thanks so much for listening to so much of our music.

I'm going on a solo tour and as a way to say thank you I want you to be one of the first to get access to tickets.

The presale starts Wednesday October, 14th at 10am and runs until Thursday, October 15 at 10pm. You'll be able to purchase up to 6 tickets while supplies last. The password is **BELIEVER**

I have a new single out and would love for you to listen to it on Spotify. It's called "The Driver" and also features Dierks Bentley and Eric Paslay. Hope you like it!

BUY TICKETS HERE

#27 Airbnb

Bei Airbnb dreht sich alles darum, die Wünsche und "Needs" der Kunden zu treffen. Dein Suchverhalten wird von Airbnb so analysiert, dass sie dir eine Mail schicken können, wenn es neue Angebote gibt. Dazu verschickt Airbnb E-Mails, die dich daran erinnern sollen, einmal eine Pause zu machen und die Welt zu entdecken. Beide Formen des E-Mail-Marketing sind ein Teilstück des großen Ganzen bei Airbnb: #belonganywhere. Airbnb will, dass du dich überall zuhause fühlst, egal auf welchem Fleckchen Erde du gerade bist.

[Zur Webseite von Airbnb >](#)



#27 ½

Beispiel 27 ½ ??? Falls du dich jetzt fragst, was Beispiel 27 ½ ist? Na du natürlich.

Da du dich jetzt durch all die Beispiele hast inspirieren lassen, ist deine Inbound Kampagne schon zur Hälfte geschafft. Jetzt musst du sie nur noch umsetzen ;)

Also worauf wartest du noch !?



Vielen Dank!



Sebastian Schäfer

CEO & Owner

sebastian.schaefer@made2grow.de