

„Groß denken. Schlank starten“:

Neuer Praxisleitfaden für das B2B Content Marketing erschienen

Dießen am Ammersee, München 29.10.2014 – **Der neue Praxisleitfaden "LEAN CONTENT MARKETING - Groß denken. Schlank starten." führt Marketingverantwortliche in das Thema Content Marketing ein und zeigt, wie der Einstieg Schritt für Schritt auch mit geringen Ressourcen gelingen kann. Es ist das erste deutschsprachige Fachbuch zum Thema Content Marketing speziell für den B2B-Bereich. Das Buch ist jetzt als Taschenbuch und E-Book bei Amazon erhältlich.**

B2B-Unternehmen konkurrieren heute mehr denn je um die Aufmerksamkeit ihrer Kunden. Das gilt besonders im Internet, wo sich Entscheider bevorzugt informieren und Angebote kritisch vergleichen. In der wachsenden Informationsflut verliert klassische Werbung an Wirkung. Gefragt sind konkrete Problemlösungen statt leerer Werbeversprechen.

Als Antwort auf diese Entwicklung setzt Content Marketing auf informierende, beratende und unterhaltende Inhalte, die einen echten Mehrwert bieten. „Content Marketing steht für einen Paradigmenwechsel in der Marketingkommunikation“ sagen die Kommunikationsexperten Sascha Tobias von Hirschfeld und Tanja Josche. „Wir wollen Unternehmen dabei unterstützen, sich als Problemlöser statt als Verkäufer zu verstehen und ihr Marketing auf die veränderten Anforderungen auszurichten.“

Tipps für den „schlanken“ Einstieg ins Content Marketing

In Ihrem Praxisleitfaden "LEAN CONTENT MARKETING - Groß denken. Schlank starten." geben von Hirschfeld und Josche praktische Tipps für den Einstieg ins Content Marketing und zeigen, wie dieser auch mit geringen Ressourcen gelingen kann. Die Autoren orientieren sich dabei am Prinzip des „Lean Startup“, bei dem Produkte oder Unternehmen möglichst schnell in den Markt gebracht werden. Erfahrungen aus dem Live-Betrieb können so frühzeitig in die Weiterentwicklung einfließen. Nach diesem Prinzip ist auch der Leitfaden selbst entstanden, den die Autoren nach nur 6 Monaten Entstehungszeit im Selbstverlag veröffentlichen.

Content Marketing im Kaufprozess

Die Autoren zeigen in Ihrem Leitfaden ausführlich, wie Kaufinteressenten in jeder Phase des Marketing- und Vertriebsprozesses mit den passenden Inhalten und Maßnahmen betreut werden können. „Wer sich einen ersten Überblick über Anbieter und Produkte im Markt verschaffen will, benötigt andere Inhalte als ein Interessent kurz vor der Kaufentscheidung“, erläutern von Hirschfeld und Josche. „Content Marketing kann einen wesentlichen

Beitrag zur Gewinnung und Qualifizierung von Kaufinteressenten leisten.“ Dieser Aspekt wird nach Ansicht der Autoren in der existierenden Literatur noch zu wenig beachtet.

"LEAN CONTENT MARKETING - Groß denken. Schlank starten." erscheint im Eigenverlag der Autoren und ist für **24,90 €** [als Taschenbuch bei Amazon](#) erhältlich. Die [E-Book Version](#) kostet **bis 30. November 2014 nur 9,90 €** (Einführungspreis), danach **19,90 €**.

Über die Autoren

Sascha Tobias von Hirschfeld und Tanja Josche sind seit 15 Jahren in der Marketingkommunikation tätig. Sascha Tobias von Hirschfeld ist Strategieberater und Geschäftsführer einer Agentur für B2B Content Marketing in Dießen am Ammersee. Tanja Josche arbeitet als freie berufliche Texterin und Journalistin in München.

Pressekontakt:

Sascha Tobias von Hirschfeld

Telefon: (08807) 2 44 99 83

Tanja Josche

Telefon: (089) 97 39 94 75

E-Mail: info@lean-content-marketing.com

www.lean-content-marketing.com/presse