

# Marketing Hub- Grundlagen

Ein Schulungsangebot von HubSpot



# Ziel der Schulung

Sie lernen, die Inbound-Methodik und die Tools von Marketing Hub zielgerichtet einzusetzen, um neue Kontakte und Kunden anzuziehen, effektiv mit ihnen zu interagieren und sie immer wieder aufs Neue zu begeistern.

## Ideal für:

### Mitarbeiter mit folgenden Verantwortlichkeiten:

- Generierung von Leads und Marketing-Qualified-Leads
- Generierung und Steigerung von Website-Traffic
- Lead- und Kundenpflege via E-Mail
- Berichterstattung

### Geeignet für:

- Anfänger

## Empfohlene Abonnementstufen

### Marketing Hub Professional und Enterprise

Unsere Schulung wurde primär für Nutzer dieser Produkte konzipiert, da einige der in den Demos, Best Practices und Aktivitäten dieser Schulung vorgestellten Tools nur mit einem entsprechenden Abonnement verfügbar sind.

**Wenn Sie ein Abonnement für Marketing Hub Starter bzw. die kostenlosen Marketingtools von HubSpot nutzen,** erhalten Sie für die Dauer der Schulung Zugriff auf ein gesondertes Trainingsportal mit den relevanten Tools. Bitte beachten Sie, dass wir im Rahmen der Schulung gelegentlich auf Funktionen zurückgreifen, die nicht im Starter-Abonnement oder in den kostenlosen Tools von HubSpot enthalten sind.

Nach unten scrollen



[Jetzt registrieren](#)

# Marketing Hub- Grundlagen

---

3

Tage

20

Demos

28

Aktivitäten

14 Durchschnitt  
2019

Teilnehmer



## SCHULUNGEN IN ÜBER 80 STÄDTEN WELTWEIT

*Unsere Schulungen sind jetzt virtuell  
verfügbar, damit Sie bequem und  
sicher von zu Hause aus unsere  
Weiterbildungsangebote in  
Anspruch nehmen können.*



[Jetzt registrieren](#)

# Unsere Kursleiter

---

## Wir sind für Sie da

In unseren praxisorientierten Schulungen nehmen unsere HubSpot-Experten Sie mit auf eine Erkundungstour der Tools und Strategien, die Sie für ein effektives Marketing benötigen. Unsere talentierten Dozenten helfen Ihnen dabei, das volle Potenzial der HubSpot-Plattform auszuschöpfen und zu erfahrenen HubSpot-Nutzern zu werden.





# Was wirklich zählt

---

## Ihr Erfolg ist unsere Mission

Wir wissen, dass unsere Nutzer leistungsorientierte, talentierte und motivierte Menschen sind, die ganz oft mehrere verschiedene Rollen in ihren Unternehmen innehaben. Ihr Einsatz ist absolut unverzichtbar dafür, dass sie und ihre Teams HubSpot effektiv nutzen können. Diese Schulung richtet sich an alle, die ihre persönlichen Fähigkeiten ausbauen und/oder in ihrem Unternehmen einen positiven Wandel anstoßen möchten.

# Übersicht

## Tag 1

Einführung  
Marketingziele  
Benutzerdefinierte Eigenschaften  
HubSpot-Datensätze  
Buyer-Personas  
Buyer's Journey  
SEO  
Themencluster  
Pillar-Seiten  
Blogs  
Traffic-Analytics

## Tag 2

Kampagnen  
Konversionspfade  
Formulare  
Landing-Pages  
CTAs  
Chatflows  
Pop-up-Formulare  
Listen  
Social Media  
Werbeanzeigen  
Berichterstattung

## Tag 3

E-Mail  
Aufnahme in Workflows  
Workflow-Aktionen  
Chroniken  
Zielgruppen für Nurturing  
Nurturing-Ziele  
Frequenzlimit für E-Mails  
E-Mail-Planung  
Tests und Audits  
E-Mail-Performance  
Abschließende Ressourcen

# Tag 1

## Wie kann ich neue Leads auf meine Website aufmerksam machen?

Am ersten Tag dieses Kurses lernen Sie das Kernstück Ihrer Marketingstrategie – Ihre Datenbank – ganz genau kennen und Sie konkretisieren Ihre Inbound-Strategie. Anschließend erfahren Sie, wie Sie die Tools von Marketing Hub gezielt einsetzen, um auf dieser Basis effektive Marketinginitiativen aufzubauen. Unter anderem zeigen wir Ihnen, wieso die Optimierung Ihrer Website für Suchmaschinen wichtig ist, damit potenzielle Kunden Ihre wertvollen Inhalte finden.

[Jetzt registrieren](#)

# Tag 1

01

## Der Umgang mit Daten

Speichern und verwalten Sie Ihre Daten in HubSpot.

02

## Ihre Käufer im Fokus

Erstellen Sie Personas und Buyer's Journeys, um Ihre Marketingstrategie gezielt auszurichten.

03

## Suchmaschinen-optimierung

Organisieren Sie Ihren Website- und Blog-Content, um Ihre Domain-Autorität für bestimmte Themen auszubauen.

04

## Auswertung von Traffic-Analytics

Analysieren Sie Ihre Web-Performance und identifizieren Sie Ihre Traffic- und Konversionsquellen.

# Tag 2

## Wie kann ich Besucher meiner Website zu Leads konvertieren?

Am zweiten Tag dreht sich alles um die Generierung von Leads und um Konversionen. Sie erfahren, wie Sie Ihre Formulare optimieren und Ihre Zielgruppe mit personalisierten Pop-up-Formularen, Chatflows und Werbeanzeigen gezielt ansprechen können. Wir zeigen Ihnen auch, wie Sie mithilfe von Social-Media-Publishing-Tools den Traffic ausgewählter Konversionspunkte erhöhen können.

[Jetzt registrieren](#)



# Tag 2

**01** **Kampagnenentwicklung**  
Verwenden Sie Kampagnen, um Ihre Marketinginitiativen effektiv zu organisieren und mithilfe entsprechender Berichterstattung zu evaluieren.

**02** **Konversionspfade**  
Probieren Sie verschiedene Methoden zur Lead-Generierung aus – wie Formulare, Chatflows und Pop-up-Formulare.

**03** **Kontaktsegmentierung**  
Segmentieren Sie Ihre Datenbank, um anhand von Eigenschafts- und Verhaltensdaten Ihr Marketing zu personalisieren.

**04** **Social Media**  
Interagieren Sie auf Social-Media-Plattformen, um effektiver neue Leads anzuziehen und zur Konversion zu motivieren.

**05** **Zielgruppen für Werbeanzeigen**  
Schaffen Sie ein besser segmentiertes und personalisiertes Werbeerlebnis für Ihre Leads, indem Sie Anzeigenzielgruppen in HubSpot erstellen.

**06** **Berichterstattung**  
Lernen Sie die verschiedenen Tools zur Berichterstattung kennen, mit denen Sie in HubSpot Ihre Marketing-Performance im Blick behalten können.

# Tag 3

Wie kann ich mein Lead-Nurturing optimieren und die Beziehungen zu meinen Kontakten pflegen?

Der wichtigste Ansatz zur Optimierung Ihrer täglichen Marketingaufgaben ist die Automatisierung. Am letzten Schultag lernen Sie deshalb die verschiedenen Automatisierungsfunktionen in HubSpot kennen. Am Ende dieses Tages werden Sie in der Lage sein, das Workflows-Tool effektiv zu bedienen, eine personalisierte Nurturing-Strategie zu planen und Ihr Datenmanagement zu automatisieren.

# Tag 3

01

## **E-Mails erstellen und optimieren**

Erstellen Sie ansprechende E-Mails, damit Ihre Kontakte gerne mit Ihnen interagieren.

02

## **Automatisierte Workflows erstellen**

Entdecken Sie die verschiedenen Funktionen von Workflows, der Marketing-Automatisierung von HubSpot.

03

## **Ihre Nurturing- Strategie planen**

Implementieren Sie gezielte Maßnahmen zur Lead- und Kundenpflege, um starke Beziehungen zu Ihren Kontakten aufzubauen.

04

## **Ihre Nurturing- Strategie analysieren**

Identifizieren Sie die Stärken und Schwächen Ihres Nurturing.

„Ich habe bereits einige Male an dieser Schulung teilgenommen – immer jeweils als neuer Mitarbeiter in anderen Unternehmen. Ich muss sagen, mich hat wirklich beeindruckt, wie sich das Angebot im Laufe der Zeit weiterentwickelt hat. Obwohl die Trainer schon immer klasse waren, bin ich heute vor allem auch von dem Format des Kurses begeistert: Es ist eine Mischung aus Vorträgen und Aktivitäten – mit einem Teil Best Practices, einem Teil technischer Hintergrundinformationen und einem Teil Strategietipps. Die einzelnen Module vermitteln einem nicht zu viel und nicht zu wenig – sie haben genau das richtige Maß an Infos.“

Man lernt dabei so viel mehr, als wenn man sich nur die Dokumentation online durchliest. Für mich war das eine gute Investition meiner Zeit, obwohl es wie gesagt nicht das erste Mal war, dass ich an der Schulung teilgenommen habe. Wirklich ein super Angebot! Ich würde nichts daran ändern. Vielen Dank!“

Alyssa Galeros Keefe  
Senior Director of Marketing



[Jetzt registrieren](#)



„Ich hatte eine tolle Zeit beim Training zu den Grundlagen von Marketing Hub. Mir gefällt besonders das Format des Kurses, da man etwa gleich viel Zeit mit dem eigentlichen Lernen und dem Ausprobieren verbringt. Ich fühle mich jetzt in der Lage, meine neu erlernten Fähigkeiten und die Best Practices in der Praxis anzuwenden.“

Jenna Connolly  
Director of Accounts



[Jetzt registrieren](#)



„Die Schulung war einfach fantastisch! Sehr informativ und lehrreich und dabei sehr einnehmend. Ich bin so froh, dass ich mich entschieden habe, teilzunehmen.“

Karly Field  
Chief Marketing Officer

**NXT**soft

[Jetzt registrieren](#)



„Der Kurs bietet eine gute Übersicht über das Produkt und was man damit alles anstellen kann. Da ich die Software vorher noch nicht kannte und auch in meinem Unternehmen neu bin, fühle ich mich jetzt viel eher dazu in der Lage, mit der Anwendung umzugehen.“

Elzia Sekou  
Lead Application Engineer



[Jetzt registrieren](#)

# Häufig gestellte Fragen



# Für welche Abonnementstufen ist die Schulung geeignet?

Gut, dass Sie fragen!

---

## Professional und Enterprise

Unsere Schulung wurde primär für Nutzer dieser Produkte konzipiert, da einige der in den Demos, Best Practices und Aktivitäten dieser Schulung vorgestellten Tools nur mit einem entsprechenden Abonnement verfügbar sind.

## Kostenlose Tools und Starter

Auch mit diesen Produktversionen können Sie umfangreich von dieser Schulung profitieren, da Sie für die Kursdauer Zugriff auf ein Sandbox-Portal mit den relevanten Tools haben. Bitte beachten Sie, dass wir im Rahmen der Schulung gelegentlich auf Funktionen zurückgreifen, die nicht im Starter-Abonnement oder in den kostenlosen Tools von HubSpot enthalten sind.

„Ich habe in diesen drei Tagen sehr viel dazugelernt und setze im Alltag auch schon so einiges davon um.“



Julie Gould  
Director of Marketing  
mindSpark

Für weitere Informationen zur Preisgestaltung wenden Sie sich bitte an Ihren Customer Success Manager oder rufen Sie unsere [Preisübersicht](#) auf.

[Jetzt registrieren](#)



„Die Trainer sind wirklich außergewöhnlich: Sie haben ein großes Fachwissen, eine positive Einstellung und unterstützen Teilnehmer, wo sie nur können. Alle wichtigen Themen wurden behandelt und die gezeigten Beispiele ließen keine Fragen mehr offen.“

Jackie McKechnie  
Gründer/Senior Consultant  
Bumplogic

## Wie sollte man sich die Lernumgebung dieser Schulung vorstellen?

---

Wir bemühen uns darum, ein angenehmes, motivierendes und inklusives Lernumfeld zu schaffen. Da wir wissen, dass jeder auf seine ganz individuelle Weise lernt, haben wir zur Übermittlung der Best Practices verschiedene Lernformate in unsere Schulung miteinbezogen, z. B. Präsentationsfolien, Tool-Demos, praktische Anwendungsaktivitäten und Diskussionsrunden. Wir würden uns freuen, bei dieser Gelegenheit Ihre Fragen beantworten zu können, und ermutigen alle Teilnehmer dazu, sich aktiv einzubringen, damit alle voneinander lernen und sich gegenseitig austauschen können.

[Jetzt registrieren](#)

# Mehr FAQs

Wie sollte man sich vorbereiten?

Bitte überlegen Sie sich im Vorfeld ein Content-Angebot, das Sie Ihren Leads zum Download anbieten könnten. Für die Schulung sollten Sie außerdem einen Laptop zur Verfügung haben.



Gibt es eine Zertifizierung für diese Schulung?

Sie erhalten nicht automatisch unsere Marketing-Software-Zertifizierung, jedoch eignen Sie sich während der Schulung alle erforderlichen Kenntnisse an, um die Zertifizierung erfolgreich zu bestehen.

Gibt es eine Kleiderordnung?

Normale Freizeitkleidung ist okay. Wir möchten, dass Sie sich bei uns wohlfühlen.



Soll ich mir etwas zu essen mitbringen?

Wir stellen ein kleines Frühstück bereit und es gibt reichlich Kaffee. Während der Mittagspause haben Sie Freizeit. Sie können sich also gerne Arbeit mitbringen oder aber auch die hiesigen Lunch-Angebote ausprobieren.



[Jetzt registrieren](#)

# Finden Sie eine Schulung in Ihrer Nähe!

Jetzt registrieren

Haben Sie Fragen?  
Schreiben Sie uns eine E-Mail an  
[customertraining@hubspot.com](mailto:customertraining@hubspot.com)