Der SALES FUNNEL wird unterteilt in: Top-, Middle und Bottom Funnel.

Die Kategorien helfen, den entsprechenden Content zu verfassen, den der User an der jeweiligen Stelle/auf der jeweiligen Bewusstseinsebene benötigt.

TOP FUNNEL Contentplanung

User hat noch keine konkreten Vorstellungen/Pläne:

Sucht schnelle und übersichtliche Antworten, Glaubwürdigkeit wird durch hochwertigen Content erzielt.

Content der Webseite: Begriffsklärungen, step-by-step Anleitungen, Listen, Beispiele.

MID FUNNEL Contentplanung

User interessieren sich für Lösungen und vergleichen, Alternativen werden in Betracht gezogen, sie durchsuchen gezielt das Internet nach detaillierten Informationen, verfügen über einen gewissen Grad an Vorkenntnissen.

Content der Webseite: Präsentation detaillierter Informationen in Form von Ratgebern, Testberichten Expertenmeinungen, FAQs, Case Studies.

BOTTOM FUNNEL Contentplanung

User will sich auf ein bestimmtes Unternehmen festlegen, interessiert sich für tiefgreifende Fachinformationen, um die Kaufentscheidung abzusichern.

Content der Webseite: Bereitstellung der Kontaktinformationen, Case Studies, Referenzen, Projekt-Vergleiche.