

Hilfestellung für die Erstellung Ihrer Online Marketing Strategie



Machen Sie es sich mit Ihrem Laptop an einem ruhigen Platz gemütlich und starten Sie jetzt mit Ihrer Strategie!

1) Formulieren Sie Ihr(e) Marketing Ziel(e)

Wir erinnern uns: so konkret wie möglich!

2) Definieren Sie Ihre Zielgruppe(n), die Sie mit den Marketing Maßnahmen erreichen wollen

Ebenfalls so konkret wie möglich → Alter, Job, Bedürfnisse, Verhalten, ...

- Möglichkeit 1: Daten der Zielgruppe zusammenfassen

Geschlecht: _____

Altersspanne: _____

Wohnort/Region: _____

Job/Position im Unternehmen: _____

Einkommen: _____ €

Bildung: _____

Hobbies: _____

Interessen: _____

Kaufverhalten: _____

- Möglichkeit 2: Persona erstellen

Erstellen Sie (eine) fiktive Persona(s), die ab sofort beispielhaft für die Zielgruppe Ihres Unternehmens steht!

Name:

Alter:

Wohnort:

Job:

Einkommen:

Bildungsstand:

Hobbies:

Sonstige Interessen:

Kaufverhalten:

Bedürfnisse:

Herausforderungen:

Name:

Alter:

Wohnort:

Job:

Einkommen:

Bildungsstand:

Hobbies:

Sonstige Interessen:

Kaufverhalten:

Bedürfnisse:

Herausforderungen:

3) Führen Sie sich Ihre Ausgangssituation vor Augen (Ist-Analyse)

Analyse der Website-Daten	
Besucherquellen und Anzahl der Besucher über diese Kanäle	Bezahlte: Unbezahlte: Social Media: Direkt: Verweisende Seiten:
Demografische Daten Ihrer Website-Besucher	
Geräte der Besucher	Mobil: Tablet: Desktop:
Sonstige Analytics-Daten	Absprungrate: Sitzungsdauer: Anzahl der Sitzungen: Anzahl der Besucher: _____ _____
Analysen außerhalb der Website	
Gibt es bereits bezahlte Werbung? Wenn ja, ebenfalls die wichtigsten Kennzahlen mit Google Analytics analysieren	<i>(Besucherquellen & Anzahl der Besucher, demografische Daten, Geräte, ...)</i>
Check der unbezahlten Positionen in den Suchmaschinen <i>(händische Prüfung zu wichtigen Keywords – wird Ihr Unternehmen zu Ihren Wunsch-Keywords gelistet?)</i>	Keyword 1: _____ Position: _____ Keyword 2: _____ Position: _____ Keyword 3: _____ Position: _____ Keyword 4: _____ Position: _____ Keyword 5: _____ Position: _____ Keyword 6: _____ Position: _____ Keyword 7: _____ Position: _____ Keyword 8: _____ Position: _____ Keyword 9: _____ Position: _____ Keyword 10: _____ Position: _____
Was machen Ihre Mitbewerber?	Welche Keywords verwenden sie?

Konkurrent 2: _____

Aktivitäten:

Besonders positive/negative Auffälligkeiten:

Konkurrent 3: _____

Aktivitäten:

Besonders positive/negative Auffälligkeiten:

5) Lernen Sie die unterschiedlichen Instrumente kennen und leiten Sie nun anhand der gewonnenen Erkenntnisse die Maßnahmen ab, mit denen Sie Ihr Ziel und Ihre Zielgruppe am besten erreichen können!

Als kleine Auffrischung hier noch einmal zwei Grafiken, die sich mit der Auswahl der Marketing-Instrumente beschäftigen:



Wirkung von Onlinemarketing-Maßnahmen

Ziele	Maßnahmen im Onlinemarketing							
	Website	Suchmaschinen-optimierung (SEO)	Suchmaschinen-werbung (SEA)	Display-Marketing	E-Mail-Marketing	Online-PR	Social Media	Affiliate-Marketing
Bekanntheit steigern	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Kunden-gewinnung	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Kunden-bindung	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****

Wie lauten Ihre definierten Ziele und wie können Sie diese erreichen?

Ziele	Maßnahmen im Onlinemarketing							
	Website	SEO	SEA	Display	E-Mail-Marketing	Online PR	Social Media	Affiliate Marketing

Sie können dieser Tabelle auch noch beliebig weitere Onlinemarketing-Maßnahmen hinzufügen, wie bspw. Content Marketing, Online Reputation Management, Blog, ...