







<p>Ausgangslage & IST-Situation </p> <p>Erfasse die Ausgangslage sowie die IST-Situation bezüglich der Online Marketing Aktivitäten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Online Marketing Massnahmen wurden bisher umgesetzt? • Welche Tools wurden bisher eingesetzt? Was können diese Tools? • Welche Online Marketing Massnahmen haben gut funktioniert, welche nicht? 	<p>Online Marketing Analyse </p> <p>Analysiere das Unternehmen, die Konkurrenz sowie die Umgebung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • SWOT-Analyse • Konkurrenzanalyse <hr/> <p>SWOT-Analyse</p> <p>Analyse des Unternehmens und des Marktes anhand folgender Dimensionen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stärken (Strengths) und Schwächen (Weaknesses) → interne Analyse • Chancen (Opportunities) und Risiken (Threats) → externe Analyse <hr/> <p>Konkurrenzanalyse</p> <p>Analyse der Konkurrenz bezüglich folgender Punkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online Marketing Aktivitäten der Konkurrenz • Fokus der Konkurrenz • Suchmaschinenranking der Konkurrenz • Zielgruppe der Konkurrenz • Kundenorientierung • Social Media Aktivitäten der Konkurrenz 	<p>Online Marketing Ziele </p> <p>Definiere mind. drei bis fünf Online Marketing Ziele in Anlehnung an die übergeordneten Unternehmensziele.</p> <p>Achtung! Die Ziele müssen smart sein und somit folgende Eigenschaften aufweisen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • spezifisch (specific) • messbar (measurable) • attraktiv (attractive) • realistisch (reasonable) • terminiert (time-bound) <p>Mögliche Ziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung der Bekanntheit • Stärkung des Images • Steigerung des Marktanteils • Umsatzwachstum • Gewinnung von Neukunden/Leads • Steigerung der Servicequalität • Prozessoptimierung • Kosteneffizienz • Zeitersparnis • Erhöhung der Kundenzufriedenheit 	<p>Personae </p> <p>Definiere deine Zielgruppe. Erstelle dafür zwei bis drei Persona.</p> <p>Folgende Fragestellungen helfen dir dabei:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wer sind meine Kunden? • Welche Zielgruppe will ich mit den Online Marketing Aktivitäten ansprechen? • Wie sieht ein typischer Kunde dieser Zielgruppe aus? • Welche Ziele/Wünsche/Bedürfnisse hat er? • Wie können wir diese Wünsche/Bedürfnisse erfüllen? 	<p>Online Marketing Massnahmen </p> <p>Erarbeite pro Ziel zwei bis drei Massnahmen und plane die Umsetzung.</p> <p>Überlege dir dabei folgendes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mit welchen Massnahmen können die definierten Ziele und Zielgruppen erreicht werden? • Wie sieht mein Massnahmenplan aus? • Welche Online Marketing Instrumente werden verwendet? • Wie sieht das zu Verfügung stehende Budget aus? • Wie werden die verschiedenen Massnahmen zeitlich geplant? <p>Eine Vielzahl an Online Marketing Instrumenten steht dir dafür zur Verfügung, u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suchmaschinenoptimierung (SEO) • Corporate Website • Content Marketing • Display Advertising • E-Mail-Marketing • Social Media Marketing • Mobile Marketing 	<p>Erfolgskontrolle und Monitoring </p> <p>Erfolgskontrolle der umgesetzten Online Marketing Massnahmen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie kann die Erreichung der zuvor festgelegten Ziele kontrolliert werden? • Wie kann man die Online Marketing Aktivitäten monitoren? <p>Eine Auswahl an Monitoringprogrammen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Google Analytics • Social Media Monitoring (z.B. Brandwatch) • Suchmaschinenoptimierung (SEO) Monitoring (z.B. Xovi)
--	--	---	---	---	--