

**ONLINE-MARKETING**



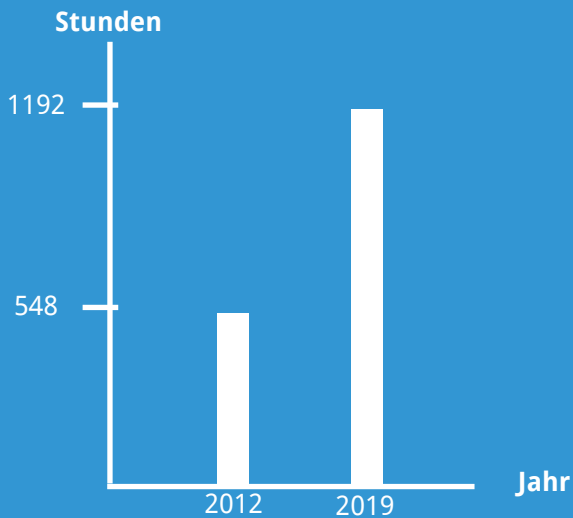
**J K M A R K E T I N G**

Warum Online-Marketing heutzutage unbedingt notwendig ist, um ein Unternehmen, eine Marke oder ein Produkt im digitalen Markt zu etablieren, das zeigen wir Ihnen in diesem Ratgeber. Das Team von JK Marketing wünscht Ihnen viel Spaß beim Lesen!

## Übersicht

1. Die Menschen leben im Netz!
2. Sechs Gründe, warum Sie Online-Marketing nutzen sollten
  - 2.1 Sie heben sich von der Konkurrenz ab
  - 2.2 Sie können Ihren Erfolg messen
  - 2.3 Sie können Ihre Zielgruppe genau ansprechen
  - 2.4 Sie können vielfältige Daten gewinnen
  - 2.5 Sie haben keine Budgetbindung
  - 2.6 Sie können dauerhaft optimieren
3. Online-Marketing-Ziele
  - 3.1 Leads generieren durch Online-Produktmarketing
  - 3.2 Personalmarketing
  - 3.3 Onlinepräsenz
4. Welche Kanäle und Tools werden für Online-Marketing genutzt?
  - 4.1 Search-Ads
  - 4.2 Display
  - 4.3 Social Ads
  - 4.4 Suchmaschinenoptimierung (SEO)
  - 4.5 Social Media
  - 4.6 Video-Marketing
5. Sie sind Ihrer Konkurrenz nun einen Schritt voraus!

# 1. Die Menschen leben im Netz!

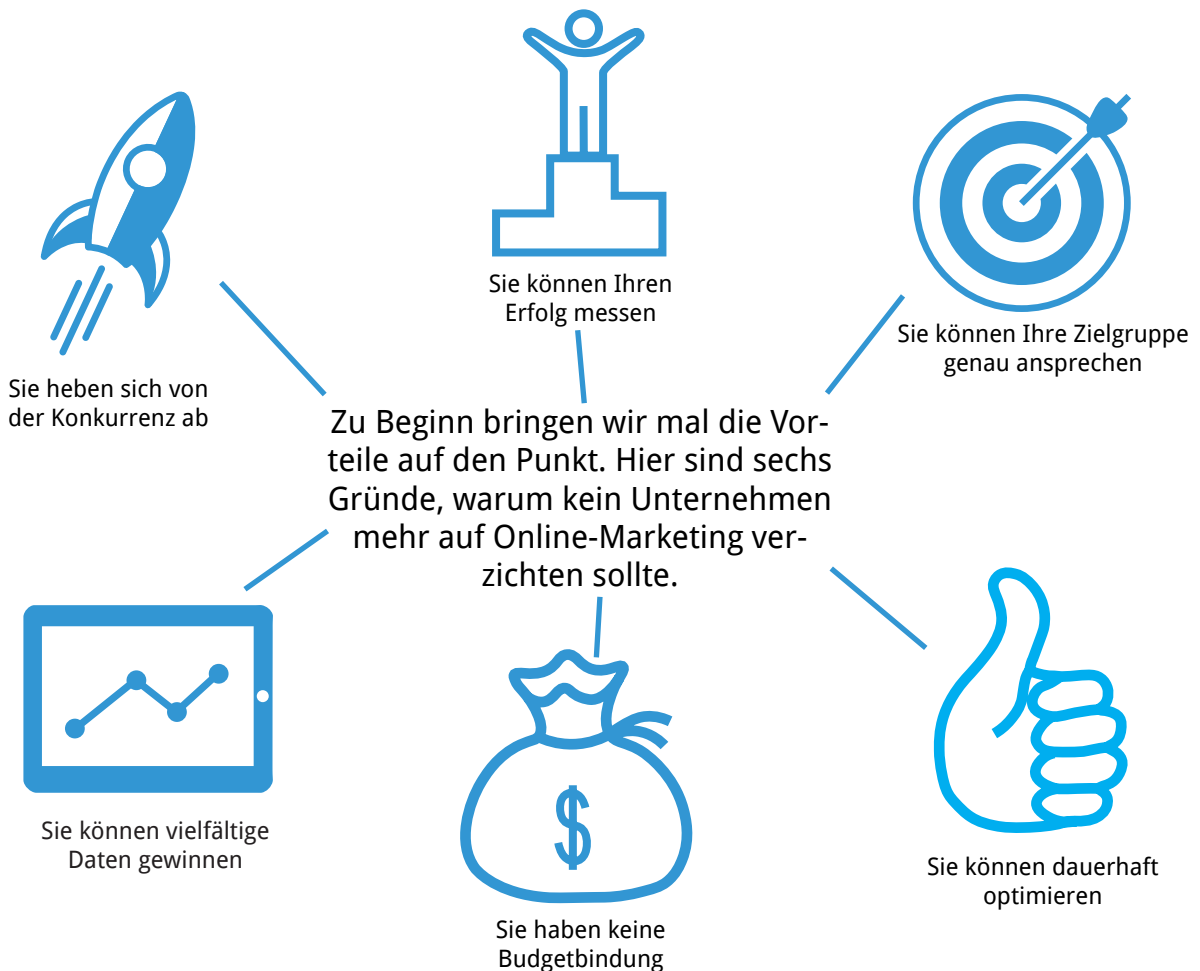


Grafik: Anteil unserer Zeit in digitalen Netzwerken

Einer der ausschlaggebenden Punkte, welcher für zielgerichtetes Online-Marketing spricht, ist ziemlich simpel: die Nutzungszeit der digitalen Medien. Wer kann sich unser Leben heute noch ohne das Internet vorstellen? Sowohl beruflich als auch privat verbringen wir einen unglaublichen Anteil unserer Zeit in digitalen Netzwerken. 1192 Stunden pro Jahr, um genau zu sein (Quelle: Statista).

Das liegt daran, dass wir viele unserer täglichen „Aufgaben“ im Internet erledigen. Wir kommunizieren, informieren oder kaufen und wenn wir nicht kaufen, dann treffen wir Kaufentscheidungen durch Testberichte oder vergleichen Produkte. Genau hier kommt Online-Marketing ins Spiel. Um in der schnelllebigen Online-Welt nicht unterzugehen und gesehen zu werden, bedarf es klugem Online-Marketing. Wie das funktioniert, erfahren Sie in den weiteren Kapiteln.

## 2. Sechs Gründe, warum Sie Online-Marketing nutzen sollten





## 2.1 Sie heben sich von der Konkurrenz ab

Die Konkurrenz im Internet ist riesig und wird in Zukunft nicht geringer. Hier ist Online-Marketing notwendig, um in der Masse nicht unterzugehen. Eine wichtige Funktion hat hier die Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO. Durch SEO verfolgt man das Ziel, auf relevanten Suchmaschinensystemen, vorrangig Google, ganz oben zu erscheinen.

Dies geschieht zum Beispiel durch das geschickte Einsetzen von Key-Words (Suchbegriffe) auf der Webseite. Dadurch erkennen Suchmaschinen, zu welchen Suchbegriffen die jeweilige Seite in den Ergebnissen angezeigt werden kann. Zusätzlich verhilft Suchmaschinenwerbung (SEA) dabei, sich in den Suchergebnissen von der Konkurrenz abzuheben. Kurzum, die Webseite allein genügt nicht. Jeder möchte, dass seine Webseite noch vor der Konkurrenz von potenziellen Kunden gefunden wird!

## 2.2 Sie können Ihren Erfolg messen

Mit Online-Marketing tappen Sie, was den Erfolg Ihrer Maßnahmen angeht, keineswegs im Dunkeln. An den meisten Stellen lässt sich der Erfolg der angewandten digitalen Maßnahmen tatsächlich messen. Wichtige Kennzahlen sind hier die Ausspielrate, die Aktivität und die Conversions unserer Websitebesucher. Letzteres entspricht sozusagen den vordefinierten Handlungsabschlüssen eines Besuchers, wie dem Kauf eines Produkts, einer Dienstleistung oder dem Abschluss eines Abonnements.

Durch Online-Marketing sehen Sie also:

- wie viele Menschen eine ausgespielte Werbung tatsächlich gesehen und darauf reagiert haben.
- wie viele Menschen auf Grund einer ausgespielten Anzeige auf Ihrer Webseite gelangt sind.
- wofür sich Ihre Besucher intensiv interessieren und womit sie sich auf der Webseite am meisten beschäftigen (Karriereseite, Blog, Produkte etc.).
- wie viele Menschen nach einem Seitenbesuch tatsächlich kaufen, abonnieren oder eine andere Handlung ausführen.

Diese Messbarkeit ist der entscheidende Vorteil gegenüber klassischen Marketing-Instrumenten wie den Printmedien (z.B. Plakate, Werbeschilder, Tageszeitung und Anzeigenblättern). Denn mit einer auswertbaren Online-Marketing-Kampagne können Sie Ihre Zielgruppe besser kennen lernen und sparen so in Zukunft bares Geld.



## 2.3 Sie können Ihre Zielgruppe genau ansprechen

Dies ist eine Hürde, die es für alle Unternehmen zu überwinden gilt. Wie schaffe ich es, bei Personengruppen, die bisher noch nichts von meinem Unternehmen gehört haben, Interesse zu wecken? Natürlich ist hierfür die Zielgruppenanalyse und das darauffolgende Zielgruppen-Targeting die richtige Lösung. Viele Plattformen im Internet bieten bereits zahlreiche Tools an, um die gewünschte Zielgruppe so spezifisch wie möglich zu erreichen. Die Möglichkeiten hierfür sind nahezu grenzenlos.

Die Adressierung kann flexibel nach Geschlecht, Alter, Region oder sogar Interessensneigungen, wie zum Beispiel Nachhaltigkeit oder Gesundheit, stattfinden. Ein beliebtes Beispiel für Online-Targeting ist das Remarketing. Dabei werden einer festgelegten Gruppe von Websitebesuchern im Nachgang Anzeigen ausgespielt. Targetierung gibt Ihnen also die Möglichkeit, Ihre Zielgruppe so genau wie möglich anzusprechen, dadurch vermeiden Sie eventuelle Streuverluste und geben kein Geld für unwirksame Marketing-Maßnahmen aus.

## 2.4 Sie können vielfältige Daten gewinnen



Ein entscheidender Vorteil des Online-Marketings ist die Gewinnung von aktiven Websitebesuchern. Klug gestaltete Websites stiften den Nutzer zur Interaktion an, denn durch den herbeigeführten Rückkanal gewinnen Sie wieder messbare Daten, durch welche verschiedene Optimierungspotenziale der Webseite erkennbar werden.

Ganz simple Interaktionen des Nutzers sind einfache Klicks, aber auch weniger greifbare Faktoren wie das lange Lesen einer Werbeanzeige oder das Anschauen eines Videos. So können selbst Daten von Nutzern ausgewertet werden, die gar nicht auf eine Anzeige geklickt haben, sondern diese stattdessen überdurchschnittlich lange angesehen haben. Anschließend kann man diese Personen erneut mit Anzeigen bespielen, um eine Interaktion herbeizuführen.

## 2.5 Sie haben keine Budgetbindung

Die Kosten spielen für jede Marketingmaßnahme eine relevante Rolle. Online-Marketing bietet Ihnen den Vorteil der Flexibilität. Denn wo Sie bei klassischen Marketingkampagnen noch an ein festes Budget gebunden waren und eine Anzeige eben auch bei schlechten Ergebnissen bis zum Laufzeitende Kosten produziert hat, bleiben Sie dagegen bei Online-Maßnahmen völlig flexibel.

Ein veranschlagtes Budget kann je nach Erfolg auch kurzfristig erhöht oder gekürzt werden. Dies ist ein klarer Vorteil gegenüber Print oder TV-Kampagnen. Deshalb greifen auch große Konzerne immer häufiger auf Online-Marketing zurück. Und das Beste daran: Sie können auch mit kleineren Budgets sehr profitabel arbeiten.



## 2.6 Sie können dauerhaft optimieren



Vierorts hat die alte Schule noch zu große Einflüsse. Doch die Zeiten, in denen Sie Werbekampagnen einmal ins Laufen bringen und bis zum Schluss nicht mehr verändern können, sind schon lange vorbei. Die digitalen Mittel und Wege sind gerade deswegen so effizient, da sie auf eine fortlaufende und oftmals tägliche Optimierung ausgelegt sind.

Sie gewinnen wertvolle Einsichten in die Vorlieben Ihrer Webseitenbesucher, sowie das allgemeine Nutzungsverhalten auf Ihrer Webseite und können daraus sofort Optimierungspotenziale ableiten. Die Webseite wird also konstant besser, nutzerfreundlicher und gewinnt somit wieder an Nutzerzahlen, welche Ihnen noch mehr messbare Daten liefern. Sie sehen also, dass gewisse Kampagnen besser funktionieren als andere oder einzelne Werbemittel und Texte effizienter sind, so können Sie direkt gezielte Anpassungen vornehmen.

Nun noch etwas theoretisches Hintergrundwissen: Wir haben bisher aufgezeigt, warum sich jedes Unternehmen über ein sinnvolles Online-Marketing Gedanken machen sollte, aber welche Ziele werden durch Online-Marketing-Maßnahmen in erster Linie verfolgt? In den meisten Fällen werden Produkte oder Dienstleistungen beworben, jedoch ist dies nicht das einzige Ziel, welches Sie durch Online-Marketing erreichen können.

## 3. Online-Marketing-Ziele

### 3.1 Leads generieren durch Online-Produktmarketing

Durch eine gut durchdachte und strategische Erweiterung des klassischen Produktmarketings, durch das Online-Marketing, lässt sich ein effektives Lead Management aufbauen. Das Lead Management verschafft Unternehmen nicht nur die nötige Aufmerksamkeit der potenziellen Interessenten, vielmehr hilft es dabei, diese Interessenten zu Kunden zu machen.

Der entscheidende Vorteil des Online-Marketings ist, dass man Interessenten besser analysieren und schließlich mit sowohl passendem als auch hochwertigem Content darauf reagieren kann. Und das Beste: Diese Vorgänge lassen sich ganz einfach automatisieren. Denn diese Mühen können durch eine Marketing-Automations-Lösung erheblich erleichtert werden. Eine entsprechende Software unterstützt dabei, die Kontakte zu erfassen und richtig zu nutzen. Durch vordefinierbare Programmschritte, erfasst die Software Leads und wertet diese aus.



### 3.2 Personalmarketing

Neben dem Karriere-Bereich auf Ihrer Website, den Sie für ein optimiertes Personalmarketing haben sollten, gibt es noch weitere Methoden, um Fachkräfte auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen.

Gerade für mittelständische Unternehmen lohnt es sich häufig, kostengünstige Online-Tools zu nutzen, um die gesuchten Fachkräfte zu erreichen. Eine Stellenanzeige auf „monster.de“ oder „stepstone“ kostet etwa zwischen 600 € und 1500 € und ist in der Regel mindestens 30 Tage online. Solche Anzeigen sind mittlerweile ein beliebtes Mittel, um Arbeitssuchende auf die eigene Webseite zu locken oder idealerweise direkt zu einer Bewerbung zu animieren.

Auch im Bereich Social Media können Sie Ihr Unternehmen attraktiv platzieren. Hierbei können Sie Ihr Unternehmen vorstellen, einen Blick hinter die Kulissen gewähren oder mit Anzeigen genau Ihre Zielgruppe erreichen. Besonders gut funktionieren Videos in diesem Bereich, in denen Sie Interessenten genau erklären, was Ihr Unternehmen zu bieten hat.



### 3.3 Onlinepräsenz

Verallgemeinern wir einmal das Ziel des Online-Marketings, so könnte man sagen: Online-Marketing bedient sich sämtlicher Instrumente, die dafür notwendig sind, eine Marke, ein Unternehmen oder ein Produkt im digitalen Markt zu positionieren und letztlich durch das Internet zu verkaufen. Sie wollen also potenzielle Kunden auf Ihre eigene Webpräsenz hinleiten und den gesamten Weg bis hin zum Kaufabschluss begleiten. Hier sollte nicht nur Augenmerk auf die eigene Webseite gelegt werden, es geht vielmehr um die gesamte Kundenerfahrung, die der Besucher während seines Käuferlebnisses macht. Dies nennt sich Customer Journey. Ein wichtiges Stichwort hierfür ist die „usability“ oder auch Nutzerfreundlichkeit. Sie wollen die Erfahrung des Webseitenbesuchers so einfach und komfortabel wie möglich gestalten. Hier gilt es, ständig am Ball zu bleiben und entdeckte Optimierungspotenziale regelmäßig zu nutzen. Dadurch erzielt das eigene Unternehmen das gewünschte Image und baut allmählich das Unternehmen zu einer Marke aus. So verhilft Ihnen Online-Marketing zur nachhaltigen Bekanntheit.

## 4. Welche Kanäle und Tools werden für Online-Marketing genutzt?

Hier eine Übersicht von Kanälen, die für Online-Marketing genutzt werden können. Dies ist nur ein kleiner Auszug von ausgewählten Kanälen, die eine besonders hohe Relevanz haben.

### 4.1

#### Search-Ads

Hierbei handelt es sich um Suchmaschinenwerbung, also darum, bei Google und Co. ganz oben zu erscheinen. Dies wird erreicht, in dem man auf sogenannte Keywords bietet. Gibt ein Nutzer zum Beispiel „Kfz-Werkstatt“ ein und befindet sich dabei in einem Umkreis von 15Km um Ihre Werkstatt, so kann man auf diese Suchanfrage bieten. Dadurch erscheint von nun an eine Ihrer Anzeigen bei einer entsprechenden Suche. Die Kosten für eine solche Anzeige belaufen sich zwischen 0,5 € und 4 € (diese Angabe ist von der Konkurrenzsituation abhängig). Dies ist eine dankbare Maßnahme, da die Anzeige nur bei einer wirklich passenden Suchanfrage ausgespielt wird. Man bezahlt dabei ausschließlich, wenn die Anzeige von einer interessierten Person angesehen wird und diese anschließend die zutreffende Website besucht. Also entstehen nur Kosten, wenn die Werbung funktioniert.

#### Display

Unter Display versteht man Banner und Native-Ads. Solche Ads werden auf vielen klassischen Plattformen oder Netzwerken eingebunden, die eine hohe Reichweite haben. Meist versucht man, die ausgespielte Werbung so zu integrieren, dass sie sich ideal in das bestehende Design der Website einfügt und dadurch nicht gleich als Werbung identifiziert werden. Ausgespielt wird diese Art von Anzeigen bevorzugt an Besucher Ihrer Website, welche bisher nicht mit Ihnen in Kontakt getreten sind. So wird versucht, diese Zielgruppe erneut an Ihr Angebot zu erinnern.

### 4.2

#### Social Ads

Aufgrund der hohen Beliebtheit von sozialen Netzwerken werden auch diese durch Online-Marketing bedient. Hier bietet sich Werbung auf Seiten wie Facebook, LinkedIn oder Instagram an. Auch auf Social-Media-Kanälen können Ads auf bestimmte Zielgruppen targetiert werden. Je nach Zielgruppe eignet sich Social Media für alle Angebote, selbst wenn diese sich an Unternehmen richten, da Unternehmer und Entscheider ebenso Social Media nutzen. Besonders im Bereich Personalmarketing können Sie Ihre vakanten Stellen mit gut gestalteten Anzeigen schneller besetzen.

### 4.3

## Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Neben der Position (Ranking) auf Online-Suchmaschinen wie Google oder Bing, ist es entscheidend, wie hoch die Übereinstimmung zwischen dem vom User eingegebenen Suchbegriff und der Relevanz der ausgespielten Seite ist. Suchmaschinenoptimierung hat dann ihren Zweck erfüllt, wenn der Suchende sein „Problem“ auf Ihrer Webseite lösen kann. Hierbei werden vom Unternehmen selbst oder einer Agentur interessante Inhalte erstellt, welche dann in Text- oder Videoform auf der eigenen Website veröffentlicht werden. Wichtig bei diesen Inhalten ist, dass sie ein Problem der Zielgruppe lösen oder einen informativen Mehrwert für diese bieten. Diese Inhalte werden technisch und sprachlich so optimiert, dass sie in den Suchergebnissen von Google gefunden werden. Von der Zielgruppe gefunden, steigt das Vertrauen vom Kunden in das Unternehmen und die Geschäftsbeziehung profitiert davon.

# 4.4

# 4.5

## Social Media

Social Media selbst hat nochmal einen ganz eigenen Stellenwert. Denn abgesehen von bezahlten Anzeigen ist es mindestens genauso wichtig, potenzielle Interessenten durch redaktionelle und organische Beiträge auf dem Laufenden zu halten. So bleiben Sie ständig im Kopf Ihrer Zielgruppe, gewähren einen Einblick hinter die Kulissen oder steigern die Sympathie Ihres Unternehmens. Social Media sollte hierbei ernst und professionell betrieben werden, es sollten Inhalte geplant und in guter Qualität aufbereitet werden. Nur so vermitteln Sie einen professionellen Eindruck.

## Video-Marketing

Das geschriebene Wort stirbt aus? Naja, ob uns das in jüngster Zeit bevorsteht, wissen wir nicht. Unternehmen, die Zeit in ansprechendes Video-Marketing investieren, erarbeiten sich jedoch einen entscheidenden Vorteil gegenüber ihrer Konkurrenz. Nehmen wir uns ein Beispiel an einem beliebten Film-Studio, welches wir alle für die unterhaltsamen Animationsfilme lieben gelernt haben. Walt Disney hat schon früh erkannt, dass die größte Kundenbindung über Emotion erfolgt und diese Emotion erzeugt sich kaum besser als mithilfe visueller Medien. Versuchen Sie es doch einmal mit einem Imagefilm, erstellen Sie einen Produktfilm oder erklären Sie Ihre Dienstleistung mit einem animierten Erklärfilm. Wir versprechen Ihnen, dass Sie Ihren (potenziellen) Kunden auf diese Weise noch näherkommen.

# 4.6

Haben Sie Fragen zu Videomarketing oder möchten allgemein neue Online-Marketing-Kanäle nutzen? Gerne stellen wir Ihnen unsere Expertise in einem kostenlosen Beratungsgespräch zur Verfügung. Nutzen Sie einfach unser schnelles Kontaktformular!



## 5. Sie sind Ihrer Konkurrenz nun einen Schritt voraus!

An dieser Stelle haben Sie sich bereits gegenüber einigen Konkurrenten einen Vorsprung erarbeitet. Denn den ersten Schritt haben Sie selbst bereits getan und unterstützen zukünftig Ihre Unternehmensziele durch eine optisch ansprechende und vor allem nutzerfreundliche Website. Möchten Sie nun Ihren Stand im Markt verfestigen, Ihre Interessenten gezielt ansprechen und die grenzenlosen Möglichkeiten des Online-Marketings für Ihr Unternehmen nutzen? Dann schreiben Sie uns direkt eine Anfrage über unser Kontaktformular. Gerne hören wir uns Ihre persönlichen Unternehmensziele an und erarbeiten auf Wunsch eine umfassende Online-Marketing-Strategie, passend für Ihre individuellen Ansprüche.

### Ihr erfolgreicher Start ins Online-Marketing



#### Jan Kreher

Als Geschäftsführer von JK Marketing freue ich mich, Sie in einem kostenlosen Erstgespräch rund um das Thema Online-Marketing zu beraten. Gerne entwickeln wir mit Ihnen ein ganzheitliches Konzept, welches an Ihre individuellen Ziele angepasst ist.

**Jetzt starten!**

Mehr Informationen unter [www.jkmarketing.de](http://www.jkmarketing.de)