

Leitfaden Online Marketing



Wie geht Online-Marketing?

6 Schritte zum Erfolg im Online Marketing

- ① Kreativität**

Fördern Sie Ihre kreative Seite! Entwickeln Sie originelle Konzepte, die sich von der Masse abheben und die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe auf sich ziehen.
- ② Social-Media-Marketing**

In der heutigen Zeit ist Social-Media-Marketing ein wichtiger Bestandteil jeder Marketing-Kampagne. Eine starke Präsenz auf Plattformen wie Facebook, Instagram oder Twitter hilft, Ihre Bekanntheit zu steigern und Ihre Zielgruppe zu erreichen. Auch ein regelmässiger Newsletter gehört hier dazu.
- ③ Paid Advertising**

Bezahlte Werbung wie Google Ads oder Facebook Ads kann helfen, gezielt potenzielle Kunden anzusprechen, Ihre Marke bekannt zu machen und den Traffic auf Ihrer Website zu erhöhen.

Wie geht Online-Marketing?

- 4 Suchmaschinenoptimierung (SEO)**

Eine gute Platzierung in den Suchergebnissen von Google kann die Sichtbarkeit und die Klickzahlen Ihrer Website ohne bezahlte Werbung steigern. On-Page-Optimierung, technisches SEO und Off-Page-Optimierung sind wichtige Faktoren für eine erfolgreiche SEO-Kampagne.
- 5 Content-Marketing**

Eine gute Content-Strategie hilft, das Engagement Ihrer Zielgruppe zu steigern und eine Beziehung zu potenziellen Kunden aufzubauen. Das Erstellen von Blog-Artikeln, Infografiken oder Videos trägt dazu bei, die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit Ihrer Marke oder Ihres Angebots zu erhöhen.
- 6 Analyse und Optimierung**

Eine erfolgreiche Marketing-Kampagne erfordert eine kontinuierliche Analyse und Optimierung, um sicherzustellen, dass Ihre Strategie und die Taktiken gut funktionieren und Ziele erreicht werden. Dies kann durch die Verwendung von zahlreichen Analysetools erreicht werden.

Wie definiere ich meine Zielgruppe?

8 Merkmale, die eine Zielgruppe ausmachen können

- ① Demografische Merkmale**
Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsniveau, Familienstand, Wohnort und ethnische Zugehörigkeit
- ② Psychografische Merkmale**
Persönlichkeit, Werte, Lebensstil, Interessen und Hobbys
- ③ Verhaltensbezogene Merkmale**
Kaufverhalten, Einstellung zu Marken, bevorzugte Vertriebskanäle, Mediennutzung, Kaufhäufigkeit und Produktnutzung.
- ④ Geografische Merkmale**
Geografische Lage, Klima, Stadt- oder Landbevölkerung.

Wie definiere ich meine Zielgruppe?

- ⑤ Technologische Merkmale**
Geräte, Software, Internetnutzung und Nutzung von Social-Media-Plattformen.
- ⑥ Soziale Merkmale**
Soziales Netzwerk, Gruppenmitgliedschaften, kulturelle Zugehörigkeit und soziale Normen.
- ⑦ Kaufkraft**
Einkommen, Finanzielle Stabilität, Kaufbereitschaft, Ausgabenverhalten, Preisempfindlichkeit, Markenpräferenzen
- ⑧ Mobilität**
Reisebereitschaft, Reisegewohnheiten, Standortunabhängigkeit, Verkehrsmittelpräferenzen, Internationale Zielgruppen, Sprachkenntnisse

Wer ist mein idealer Kunde?

Kunden Personas erstellen

Eine Kunden-Persona (oft auch als „Buyer personas“ bezeichnet) ist ein fiktiver, detaillierter Vertreter einer idealen Zielgruppe. Sie wird erstellt, indem Daten der Zielgruppe gesammelt und analysiert werden, um eine klare Vorstellung davon zu erhalten, was ihre Bedürfnisse und Wünsche sind, welche Herausforderungen sie haben und wie sie Entscheidungen treffen.

Die Erstellung einer Kunden-Persona erfordert etwas Zeit und Mühe, aber es lohnt sich, um ein besseres Verständnis Ihrer Zielgruppe zu erhalten und eine erfolgreiche Marketingstrategie zu entwickeln.

Denken Sie daran, dass wir über eine fiktive (oder sogar reale) Person sprechen, die ideal für Ihr Angebot ist. Wenn diese Person heute auf Ihr Angebot stoßen würde, würde sie sofort denken: **"Das ist genau das, was ich jetzt brauche"**.



Wer ist mein idealer Kunde?

Das heißt nicht, dass andere Menschen nicht auch für Ihr Angebot geeignet sind. Natürlich wird es eine Vielzahl von Personen geben, die Ihr Angebot kaufen. Wenn Sie jedoch eine Person im Auge haben, können Sie sich vorstellen, dass Sie mit einer realen Person sprechen, wenn Sie Ihr Angebot, Ihr Branding und Ihre Inhalte gestalten.

Nutzen Sie die Zielgruppenanalyse, um erste demografische Daten zu sammeln. Im Anschluss daran erstellen Sie Personas. Im Internet finden Sie viele Vorlagen, die Ihnen helfen, eine Persona zu erstellen. Diese Tabelle ist nur ein Beispiel und kann je nach Bedarf und Zielgruppe angepasst werden.

Grunddaten <ul style="list-style-type: none">• Sarah• Alter 32• Geschlecht Weiblich• Beruf Marketing Managerin 	Einkommen 60.000 Euro p.a.	Wohnort und Sprache <ul style="list-style-type: none">• Großstadt, Deutschland• Deutsch
Interessen/Hobbys <ul style="list-style-type: none">• Yoga• Kochen• Reiten• Camping	Kaufverhalten Kauft bevorzugt online, vergleicht Preise und Bewertungen	Herausforderungen Wenig Zeit zum Einkaufen, mag keine komplizierten Rezepte
Ziele/Wünsche Gesundes und schnelles Essen für ihre Familie	Entscheidungskriterien <ul style="list-style-type: none">• Preis,• Qualität,• Verfügbarkeit,• Bio-Qualität	Mediennutzung <ul style="list-style-type: none">• Soziale Medien• Facebook, Instagram• TV Kochsendungen• Kochblogs und -magazine

Wer ist mein idealer Kunde?

Behalten Sie Ihre Kunden Personas im Blick, wenn Sie die folgenden Schritte umsetzen:

1. Die visuelle Identität Ihrer Marke gestalten

2. Neue Beiträge in sozialen Medien erstellen

3. Ihre Printmedien gestalten

4. Ein Angebot oder Leadmagneten definieren

5. Ihre Preisstrategie festlegen

6. Die Inhalte Ihrer Webseite gestalten

7. Ihren Newsletter erstellen und versenden

8. Videos aufzeichnen und veröffentlichen

9. Neuigkeiten oder Blogbeiträge schreiben

10. Bezahlte Werbung im Internet schalten

Wie erstelle ich eine Kampagne?

6 Schritte für eine erfolgreiche, bezahlte Marketing Kampagne

① Zielsetzung

Bestimmen Sie das Ziel Ihrer Kampagne, z. B. Steigerung des Website-Verkehrs, Erhöhung der Conversions oder Verbesserung der Markenbekanntheit.

② Zielgruppenanalyse

Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe, um eine passende Kampagne auszurichten. Nutzen Sie Daten, um deren Interessen, Demografie und Verhaltensweisen zu ermitteln.

③ Budgetplanung

Legen Sie ein Budget fest und bestimmen Sie die wichtigsten Plattformen, auf denen Sie werben möchten. Berücksichtigen Sie dabei die Zielgruppe und ihre Präferenzen.

Wie erstelle ich eine Kampagne?

- 4 Anzeigengestaltung**

Erstellen Sie ansprechende Anzeigen mit aussagekräftigen Bildern oder Videos sowie überzeugenden Texten. Stellen Sie sicher, dass Ihre Anzeigen dem Markenimage entsprechen und auf Ihre Zielgruppe zugeschnitten sind.
- 5 Kampagnenverfolgung**

Setzen Sie Tools wie Google Analytics, Matomo oder PiwikPro ein, um Ihre Kampagnenleistung zu messen. Überwachen Sie Kennzahlen wie Klicks, Impressionen und Conversions, um zu sehen, wie effektiv Ihre Kampagne ist.
- 6 Optimierung**

Verfeinern Sie Ihre Kampagne, indem Sie auf Ihre Daten reagieren und Anpassungen an der Kampagne vornehmen. Testen Sie unterschiedliche Anzeigen und Zielgruppen, um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen.

Wie briefe ich einen Designer?

Um perfekte Entwürfe für ihre Online Kampagne zu erhalten, machen Sie bitte folgende Angaben:

1. Beschreiben Sie ihr Angebot / die Botschaft möglichst genau

2. Welches ist ihre primäre Zielgruppe?

3. Kommunizieren Sie ihr Ziel: z.B. Reichweite oder Performance

4. Stellen Sie vorhandene Brand Materialien zur Verfügung*

5. Wohin soll der Banner linken? Was soll auf dem Button stehen?

6. Gibt es eine spezielle Landigpage? Soll diese erstellt werden?

7. Auf welcher Plattform sollen die Anzeigen erscheinen?

8. Definieren sie die Anzahl und Größen der benötigten Formate

9. Wieviele unterschiedliche Motive möchten Sie haben?

10. Sollen die Anzeigen statisch oder animiert sein?

11. Gibt es bereits Texte zu den Anzeigen (inkl. Keywords)

*Logos, Schriftarten, Farben, Bilder, Beispielbanner

Bereit für den nächsten Schritt?

Ich hoffe, Ihnen hat mein kleiner Ratgeber zum Thema Online-Marketing gefallen und dass Sie nun ein tieferes Verständnis für die Materie haben.

Sind noch Fragen offen geblieben, oder fühlen Sie sich schon bereit, Ihr nächstes Online-Marketing-Projekt anzugehen?

Unabhängig davon stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung. Sie können mich jederzeit telefonisch oder **per E-Mail kontaktieren**, und wir können alles Weitere besprechen. Ob es um offene Fragen geht oder um die Planung Ihres Projekts – ich bin hier, um Ihnen zu helfen.

Ich freue mich darauf, von Ihnen zu hören, um uns in einem **kostenlosen Erstgespräch** über Ihr Projekt, Ziele und Anforderungen auszutauschen und gemeinsam an Ihrem Online-Marketing-Erfolg zu arbeiten. Ich freue mich auf Sie.

Mit besten Grüßen





Daniela Algieri

Design & Online Marketing

kontakt@daniela-algieri.de
Telefon +49 160 5562312

www.daniela-algieri.de
Telegram @dalgieri