



**elaboratum**

NEW COMMERCE CONSULTING

## **Online Marketing: Budget gezielt einsetzen** Überblick, Wirkungsketten und lokale Must-haves

- *Zusammenfassung* -

**elaboratum**

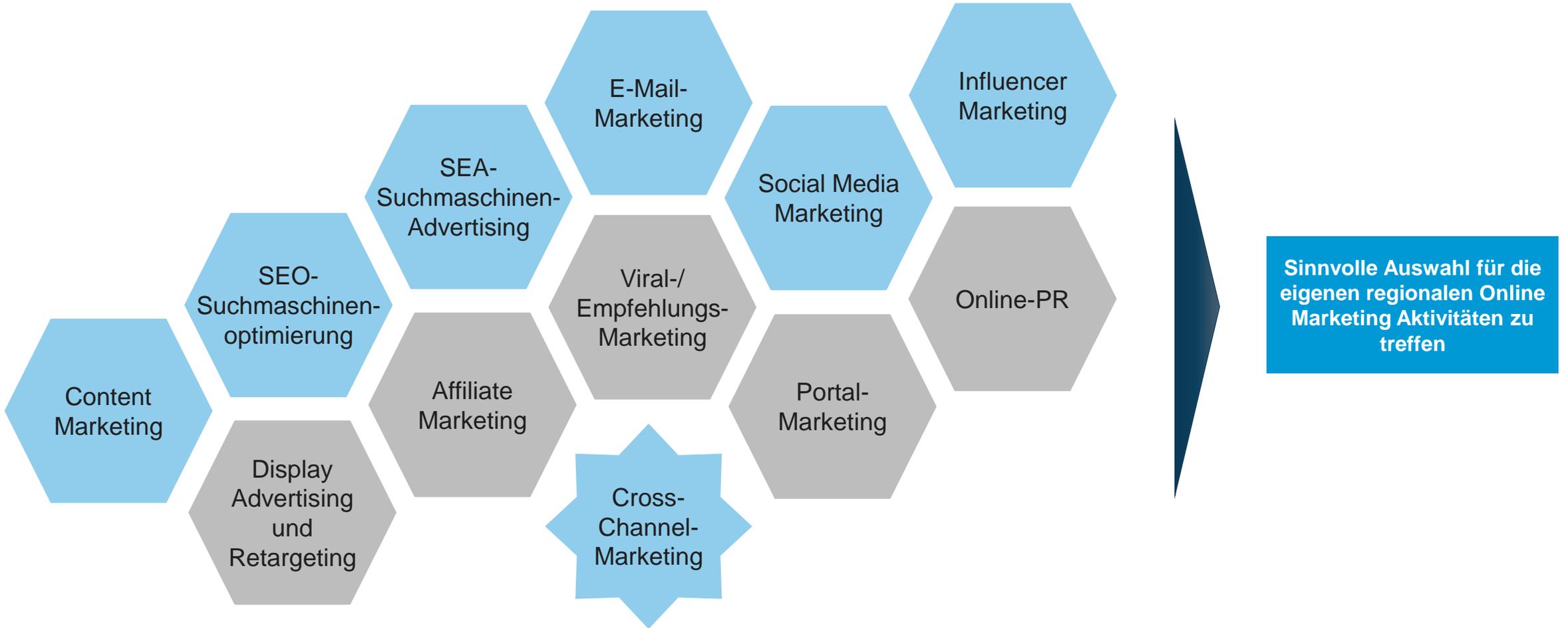
“

*Werbung ist teuer.  
Keine Werbung ist noch teurer.*

Paolo Bulgari

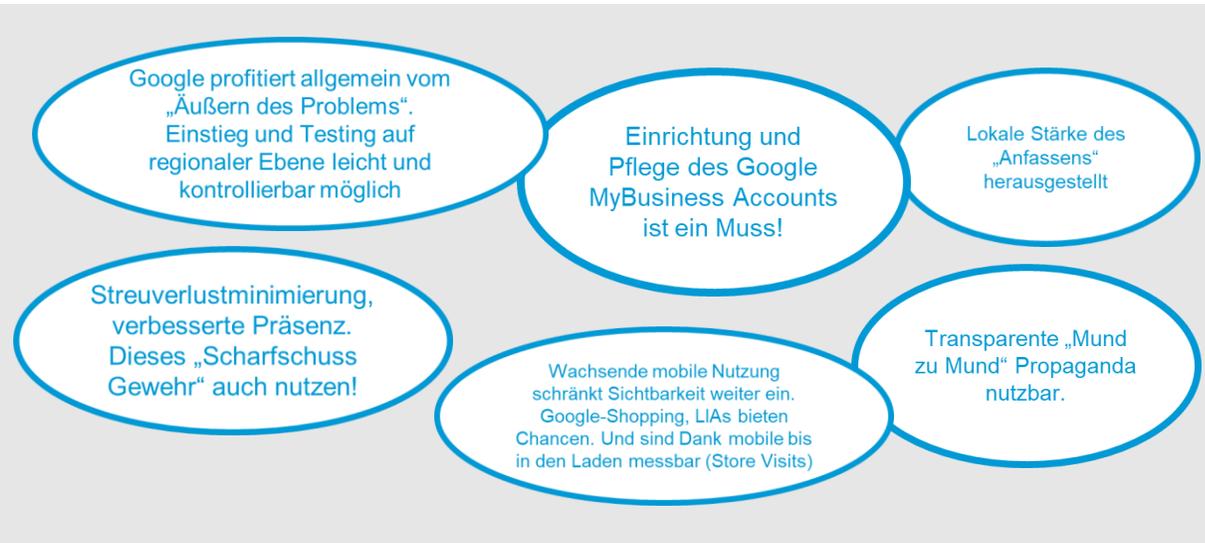
# 01\_Relevante Online Marketing Kanäle und ihr Einsatzzweck

# Spektrum Online Marketing



# Search Engine Advertising (Suchmaschinen Werbung)

## Einordnung 2019



Relevanz für  
Performance Marketing



Relevanz für  
Lokales Marketing



## Einsatzzweck

- ✓ Gezielte Produktbewertung
- ✓ Neukundengewinnung
- ✓ Direkter Absatz

# Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Content-Marketing

## Search Engine Optimisation (SEO)

Maßnahmen zur Listung im organischen ("natürlichen") Index von Suchergebnisseiten.

Basis: technische und **inhaltliche Optimierung** von Webseiten

## Content-Marketing

Ist eine Marketing-Technik, die mit **informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten** die Zielgruppe ansprechen soll, um sie vom eigenen Unternehmen und seinem Leistungsangebot oder einer eigenen Marke zu überzeugen und sie als Kunden zu gewinnen oder zu halten.

## Wirkungskette SEO

Technisches SEO

Google MyBusiness

OnPage Erreichbarkeit & Content

KI ermittelte Nutzersignale

Hygiene Faktoren

Bestimmt künftig über die Top Platzierungen

# Regionales Beispiel

anzug marktoberdorf

Alle Bilder Shopping Maps News Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 83.400 Ergebnisse (0,31 Sekunden)

Strellson Anzüge | Die neue Kollektion ist da | strellson.com

[Anzeige](#) [www.strellson.com/](http://www.strellson.com/)

Lassen Sie sich von der neuen Strellson Frühjahr/Sommer Kollektion inspirieren. Mode für Männer...  
Baukasten-Anzüge · Anzüge von Strellson · Taschen von Strellson · Strellson Sakkos · New Arrivals

SUITSUPPLY Online Store | Die perfekte Passform für Sie

[Anzeige](#) [eu.suitsupply.com/anzüge](http://eu.suitsupply.com/anzüge) 0800 5893239

Office-Essentials & Weekend-Styles – jetzt klassische & topaktuelle Anzüge entdecken. Online oder...

Herrenanzüge bei Mode Martin in Marktoberdorf

<https://www.mode-martin.de/Guides/Anzug-Guide>

Entdecken Sie die Vielfalt an Herrenanzügen bei Mode Martin in Marktoberdorf. Bei uns finden Sie das perfekte Styling für jeden Anlass. Wir beraten Sie gerne.  
Du hast diese Seite am 27.05.19 besucht.

Mode Martin - Ihr Modehaus in Marktoberdorf | Ostallgäu

<https://www.mode-martin.de/>

Marktsontag in Marktoberdorf - Wir sind wieder dabei! Am 26. Mai ist es wieder so weit! Marktsontag in Marktoberdorf Wir haben von 13 - 17 Uhr für Sie ...

Es fehlt: anzug

Du hast diese Seite 2 Mal aufgerufen. Letzter Besuch: 03.09.18

Anzug in Marktoberdorf | eBay Kleinanzeigen

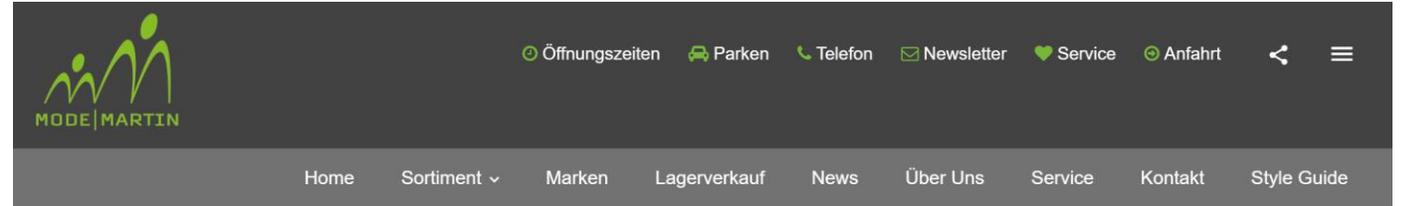
<https://www.ebay-kleinanzeigen.de/s-marktoberdorf/anzug/k016549>

eBay Kleinanzeigen: Anzug, Kleinanzeigen - Jetzt in Marktoberdorf finden oder inserieren! eBay Kleinanzeigen - Kostenlos. Einfach. Lokal.

Anzug Herren in Marktoberdorf | eBay Kleinanzeigen

<https://www.ebay-kleinanzeigen.de/s-marktoberdorf/anzug-herren/k016549>

eBay Kleinanzeigen: Anzug Herren, Kleinanzeigen - Jetzt in Marktoberdorf finden oder inserieren! eBay Kleinanzeigen - Kostenlos. Einfach. Lokal.



## Herrenanzüge bei Mode Martin: mit uns zum perfekten Anzug

### Ihr perfekter Anzug von Mode Martin

Ein Anzug gehört zur Grundausstattung einer gepflegten Herrengarderobe. Er sorgt für einen professionellen, eleganten Look und verleiht seinem Träger Seriosität und Selbstbewusstsein.

**Welcher Anzug ist der richtige?** Welche Passform, Farbe und welchen Stoff für Freizeit und Business wählen?

Unser geschultes Fachpersonal hilft Ihnen gerne, den idealen Anzug zu finden, der perfekt sitzt, zu Ihrem Figurtyp passt und bei jeder Gelegenheit für einen stilsicheren Auftritt sorgt.

**Kommen Sie vorbei und lassen Sie sich beraten!**

Lernen Sie vorab schon einmal die verschiedenen Anzug-Regeln kennen und freuen Sie sich auf viele Styling-Tipps.



Regional fokussierte Inhalte bieten „günstiges“ Potential und unterstreichen Expertise

# Wie finde ich meine Keywords? Z.B. mit Übersuggest

**Menü**

**UBERSUGGEST**

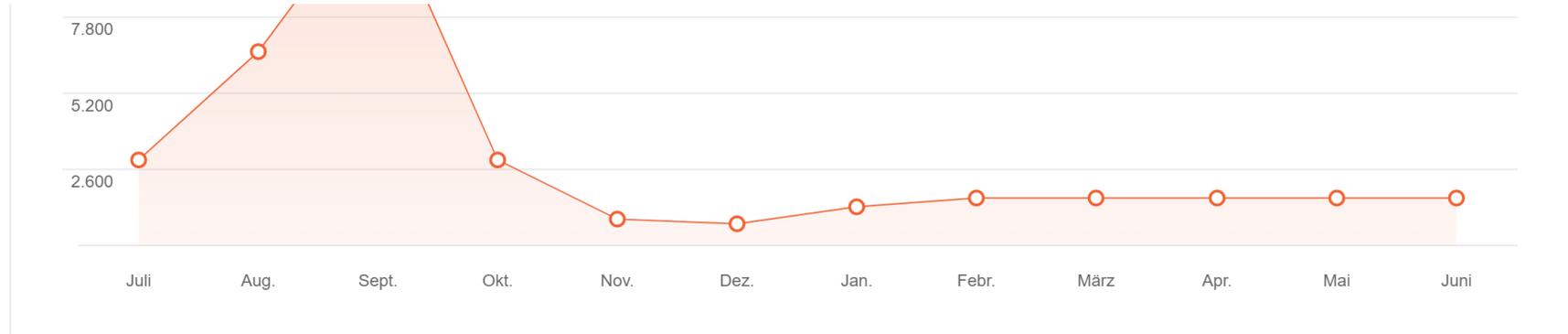
- Übersicht
- Keyword-Ideen
- Content-Ideen

**TRAFFIC ANALYZER**

- Übersicht
- Top-Seiten
- Keywords

**SEO-ANALYSE**

- Seiten-Audit
- Backlinks **NEU!**



## KEYWORD-IDEEN

VORSCHLÄGE | ÄHNLICH

KEYWORD ?	TREND ?	VOLUMEN ?	CPC ?	PD ?	SD ?
dirndl münchen		3.600	€0,60	100	50
dirndl nähkurs münchen		260	€0,45	11	17
dirndl münchen outlet		210	€0,82	100	
dirndl verleih münchen		210	€0,37	43	
dirndl münchen kaufen		110	€0,65	99	
dirndl in münchen		90	€0,65	100	
dirndl münchen innenstadt		70	€0,00	20	

Lokaler Service /  
Eventbedarf lässt sich  
finden

# Suchmaschinenoptimierung (SEO)

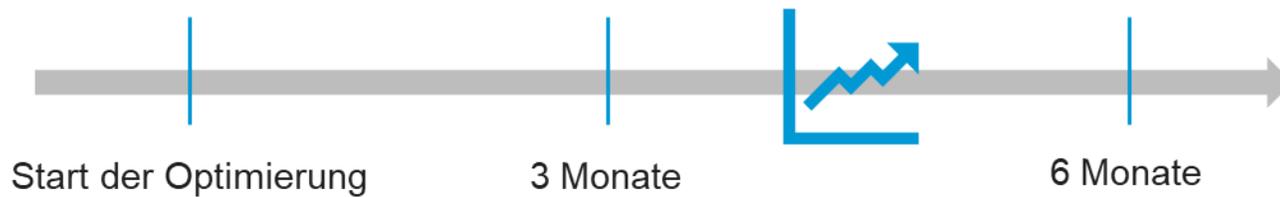


**Relevanz für Performance Marketing**

★★★★★

**Relevanz für Lokales Marketing**

★★★★★



# Social Media Marketing

## Content-Kommunikation

Platzierung von **erstellten Inhalten oder Angeboten, Reaktion auf User-Anfragen,** etc.) über Communities und Netzwerke (z.B. Facebook, Twitter)

## Social Media Advertising

**Buchung bezahlter Werbeanzeigen in Social Media Kanälen** (Facebook, Instagram, Youtube,...) inklusive **Retargeting**

# Social Media Marketing

**Einordnung  
2019**



**Einsatzzweck**

- ✓ Branding
- ✓ Reichweite/Aufmerksamkeit
- ✓ Kundenbindung

**Relevanz Advertising für Performance Marketing**

★★★★☆

**Relevanz für Lokales Marketing**

★★★★☆

# Drei zentrale Erfolgsfaktoren im E-Mail Marketing

E-Mail-  
Marketing

Zusendung von E-Mails (Newslettern) auf Basis einer Erlaubnis (Opt-In) /  
Eintragung des Adressaten

1

Qualität & Quantität  
E-Mail Adressen

2

Relevanter  
Content

3

Optimale  
Kommunikationsketten

Controlling (Tool-Unterstützung)

Must-have  
Kanal für eigene  
1:1 Kontakte!

# Relevante Inhalte: Information und Nutzwert stehen im Vordergrund

Empfehlung: Erstellen Sie einen Redaktion-/ Aktionsplan.

- Welche Aktion, welches Thema?
- Zu welchem Zeitpunkt?
- Für welche Zielgruppe?

## Zielgruppenspezifisch

- Geburtstags-/Namenstagmail
- Neukundenbegrüßung
- Treuemail Stammkunden
- Up-/Cross-Selling:  
Kundenspezifische Produkte nach  
vorherigem Kaufverhalten
- After-Sales-Befragung
- ....

## Service-Angebote

- Skiservice, Radservice
- Lokale Veranstaltungen, Vortragsreihe
- Sporttreff
- ....

## Kalender

- Anfang Frühling, Sommer, ....
- Ostern, Weihnachten, Nikolaus,  
Silvester, Halloween
- Schulstart
- Muttertag/Vatertag, Valentinstag
- Oktoberfest,
- Fasching/Karneval
- Zeitumstellung
- Saison-Ware
- ...

## SALE-Aktionen

- X%-Reduziert
- SALE / SSV /WSV
- Sparwoche
- Messe-Rabatt
- Angebot des Tages / der Woche
- Sonderposten, Lagerräumung
- ....

## VKF-Aktionen

- Gutschein
- Geschenk (für die ersten X Besteller)
- Gratis-Zugabe
- Versandkostenfrei
- Gewinnspiel
- ...

## Themen-Special

- Wandern, Fußball, Ski-Alpin, Ski-  
Touren, Outdoor, Fitness
- Gesundheit
- Sportereignisse
- Neuheiten und Trends: Produkt, Marken
- Messe-News: ISPO, ....
- Bestseller
- ...

„Content ist King“  
Redaktionsplan mit  
Mehrwerten und  
Zielgruppenbezug.

# E-Mail Marketing

## Einordnung 2019

Stellen Sie möglichst viele 1:1 Kontakte in ihrem „Kosmos“ her!

Must-have  
Kanal für eigene  
1:1 Kontakte!

„Content ist King“  
Redaktionsplan mit  
Mehrwerten und  
Zielgruppenbezug.

Messenger ersetzen  
in unterschiedlichen  
Generationen 1:1  
Kontakt.

Nutzen Sie den  
persönlichen Kontakt  
am POS zum  
Verteileraufbau

Relevanz für  
Performance Marketing



Relevanz für  
Lokales Marketing



## Einsatzzweck

- ✓ Kundenbindung
- ✓ Gezielte Produktbewertung

# Zusammenfassung

# Zusammenspiel aus Strategie und Kanal



1. Bekanntheit der **Marke aufbauen** > „**Non-Traffic Channels**“ wie facebook
2. Inhaltliche **Themen mit Mehrwert besetzen** > **organischer Traffic über SEO bzw. Content Marketing**
3. Qualifizierte **Zielgruppe bespielen** und bei Problemäußerung abholen  
> **bezahlte „regional eingegrenzte“ Werbung auf Google**
4. Hohe Intention der Nutzer/Besucher in **Kunden umwandeln** > **Nutzer/Besucher-Erfahrung am POS**
5. Vorhanden **Kunden binden & zu Influencern machen** > **Newsletter und WhatsApp**

# 02\_Der Weg zur eigenen Online Marketing Strategie

Kunden, Ziele, Zahlen und die eigenen Stärken

# Ziellevel in der eigenen Online Marketing Reise

	Ziel Level	Fragestellungen zum Levelsprung
LV7	Unternehmenserfolg	Erweitert sich das Einzugsgebiet? Steigen Besucher und Umsatz? Erhöht sich die Frequenz am POS? Geschieht dies zum geplanten Werbemittleinsatz?
LV6	Markenwahrnehmung	Marke, Expertise und Service des lokalen Händlers werden in der definierten Zielgruppe breit wahrgenommen und geschätzt
LV5	Interaktion	Findet Interaktion mit Inhalten und Angebot statt? Werden Empfehlungen ausgesprochen?
LV4	Aufmerksamkeit	Wird signifikante Reichweite/Sichtbarkeit in Zielgruppe erzielt?
LV3	Omni Präsenz	Relevante Plattformen und Kanäle (für erste Tests) besetzt?
LV2	Marketing Steuerung	Know-how aufgebaut? Ziele gesetzt? Messbarkeit sichergestellt? Prozess und Rollen definiert?
LV1	Zielgruppendefinition	Wen will ich erreichen? Wie groß ist die Zielgruppe und wo erreiche ich sie? Welche Bedürfnisse hat sie?

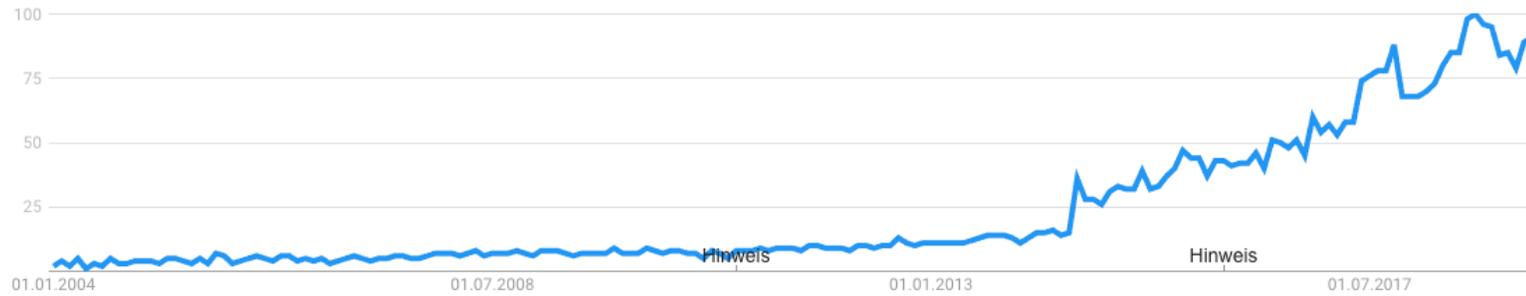
**Lokale Stärken ausspielen!**

# Welche lokale Stärken haben Sie gegenüber reinen Online Anbietern?

1. Fachwissen / Expertise
2. Authentizität vs. Anonymität
3. Service direkt wahrnehmbar
4. Sicherheit / Vertrauen
5. Haptik / Produkterlebnis
6. Lokaler Bezug / Gemeinschaft
7. Eingrenzbarkeit / Fokus der Zielgruppe und Maßnahmen
8. Wachstum von Suchanfragen mit lokalem Bezug

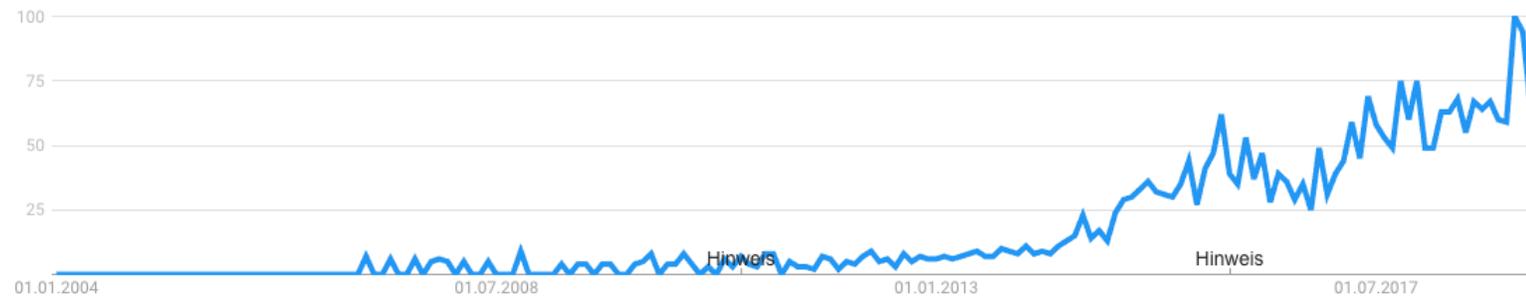
# Lokale Stärke: Wachstum lokaler Suchanfragen

Interesse im zeitlichen Verlauf ?



● in meiner Nähe  
Suchbegriff

Interesse im zeitlichen Verlauf ?



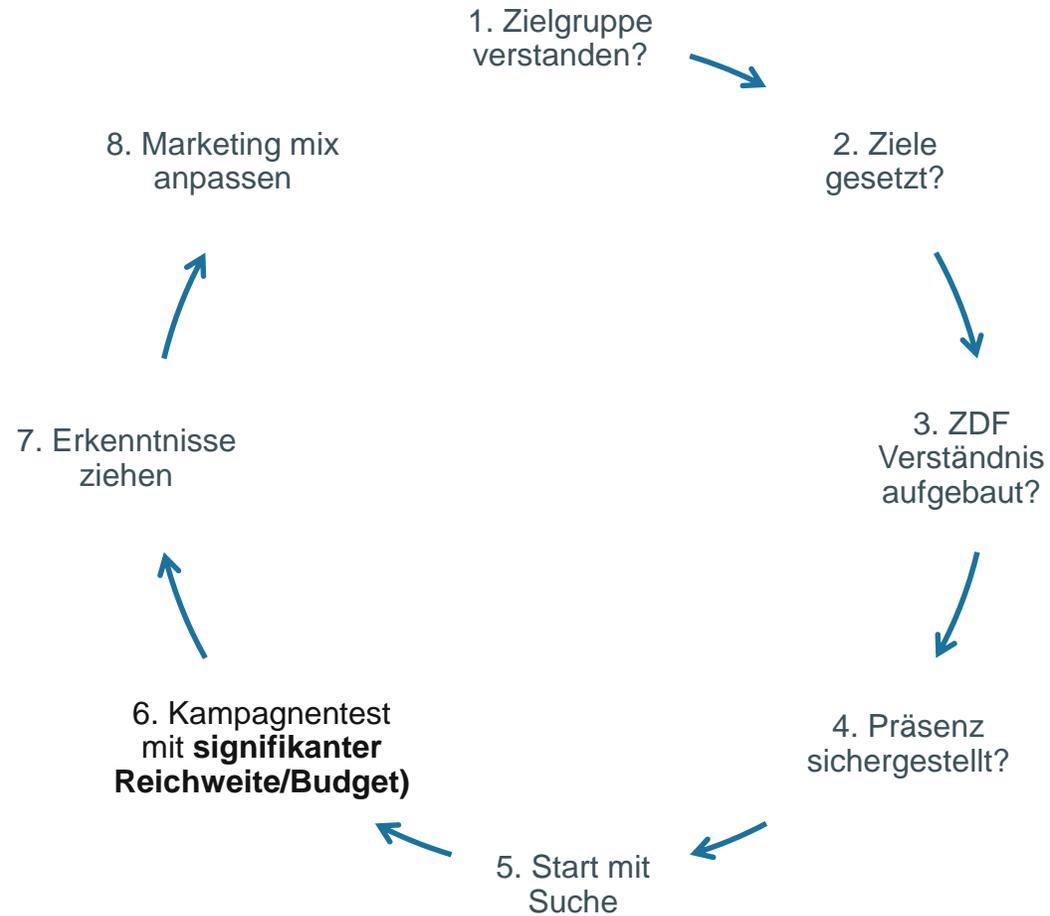
● jetzt geöffnet  
Suchbegriff

Quelle: Google Trends

# 03\_Den richtigen Mix und das richtige Budget finden

Testen & Lernen etablieren

# Wie finde ich meinen Weg?



**elaboratum**

**NEW COMMERCE CONSULTING**