



Online Marketing

Tag 1

Checkliste

DER KAUFPROZESS

- Buyers Journey berücksichtigen
- Contenttrichter beachten
- Kanalauswahl an Zielgruppe orientieren

SOCIAL ADS

- How to spread your message:
 - Paid
 - Owned
 - Earned



Online Marketing

FACEBOOK ADS

- Kosten & Nutzen Check

GOOGLE ADS

- Kosten & Nutzen Check

GOOGLE ADS

- Spezifische Gestaltung Kampagne
- Spezifische Gestaltung Anzeigengruppen
- Anpassung der Kampagnen: Gebote für Geräte, Standorte, Zeiten erhöhen/senken



Online Marketing

Tag 2

SUCHMASCHINEN - OPTIMIERUNG

- Suchprozess beachten
- Individuelle Touchpoints beachten
- Optimierung für Nutzer & Maschine gleichermaßen

SUCHMASCHINEN

- Aussagekräftige SERPs
- Keywords-Auswahl
- Crawlability der Website für Indexierung

SEO MASSNAHMEN

- AIDA Prinzip berücksichtigen:
Attention
Interest
Desire
Action



Online Marketing

PERSONAS

- Fiktive Nutzer erstellen:
Wünsche & Bedürfnisse der
Zielgruppe ableiten

SEO FACEBOOK INHALTE

- Linkposts
- Texte
- Bilder
- Videos



Online Marketing

In 60min

WERBEFORMEN

- Paid, Earned, Owned Media
- Push oder Pull

GOOGLE ADS

- Short tail Keywords
- Long tail Keywords
- SERPs optimieren

SUCHMASCHINEN - OPTIMIERUNG

- Passt die Suche zum Sucher?
- Klicken die User?
- Kommen User wieder?
- Kaufen die User?

FACEBOOK ADS

- Zielgruppe nach Interessen & Demografie aussuchen



Online Marketing

In 60min

NEWSLETTER

- Adressen sammeln:
 - Website
 - Offline
 - Social Media

ANALYTICS

- Abgeschlossene Kampagne analysieren zwecks Optimierung