

Projektvorschlag/Online Marketing Vorstellung

Erfolgreiche Website

www.erfolgreiche-website.com

Geschäftsführer: Leonard Brahm (l.brahm@erfolgreiche-website.com)

Sales Director: Jakob Nadryan (j.nadryan@erfolgreiche-website.com)

Komponenten Online Marketing

Rolle Online Marketing

- Gelbe Seiten beispielsweise sind heute nicht mehr das Mittel, um bestimmte Dienstleistungen/Produkte zu suchen
- Selbst bei bekannten Themen wird oftmals nicht der direkte Link, sondern eine Google-Suche genutzt
- eCommerce-Umsatz überwiegt klassischer Umsatz

Komponenten Online Marketing

- SEO (Search Engine Optimization)
- SEA (Search Engine Advertising)
- Affiliate Marketing
- Content Marketing
- Social-Media Marketing
- E-Mail Marketing

Was ist SEO?

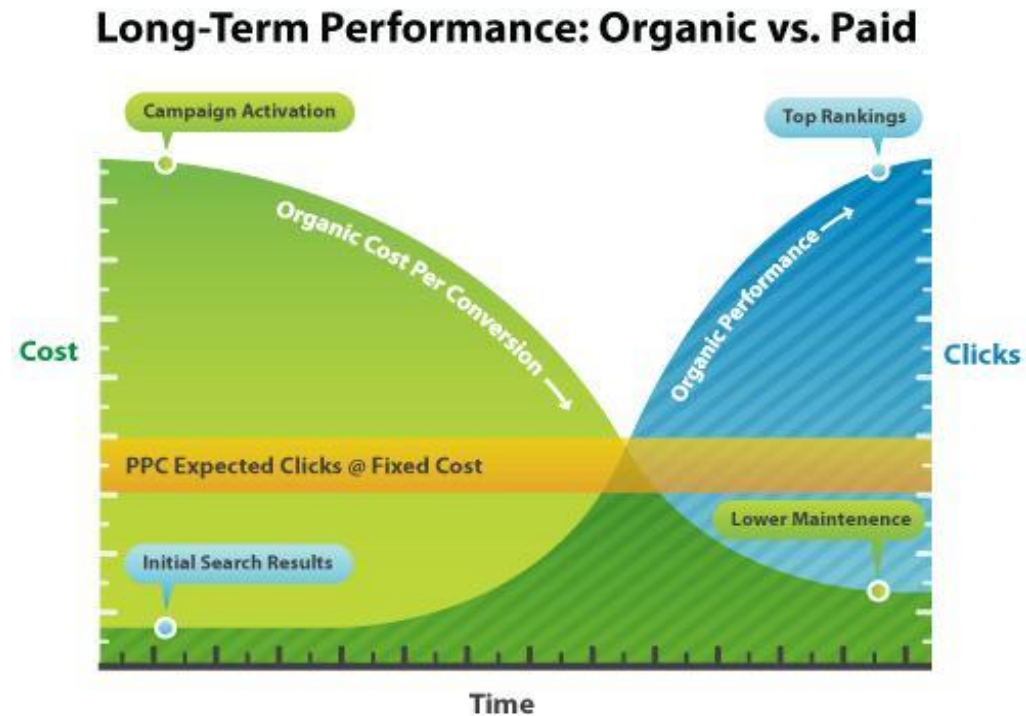
- SEO beschreibt das Vorgehen für bessere organische Rankings
- Wachsender Bereich des Online Marketings
- White-Hat-SEO und Black-Hat-SEO
- OnPage-/OffPage-Maßnahmen

Warum SEO?

- Langfristig ist es kostengünstiger
- Nachhaltiger, als Werbeanzeigen (bspw. Google AdWords)
- Optimal zur Neukundengewinnung
- Erhöhtes Branding

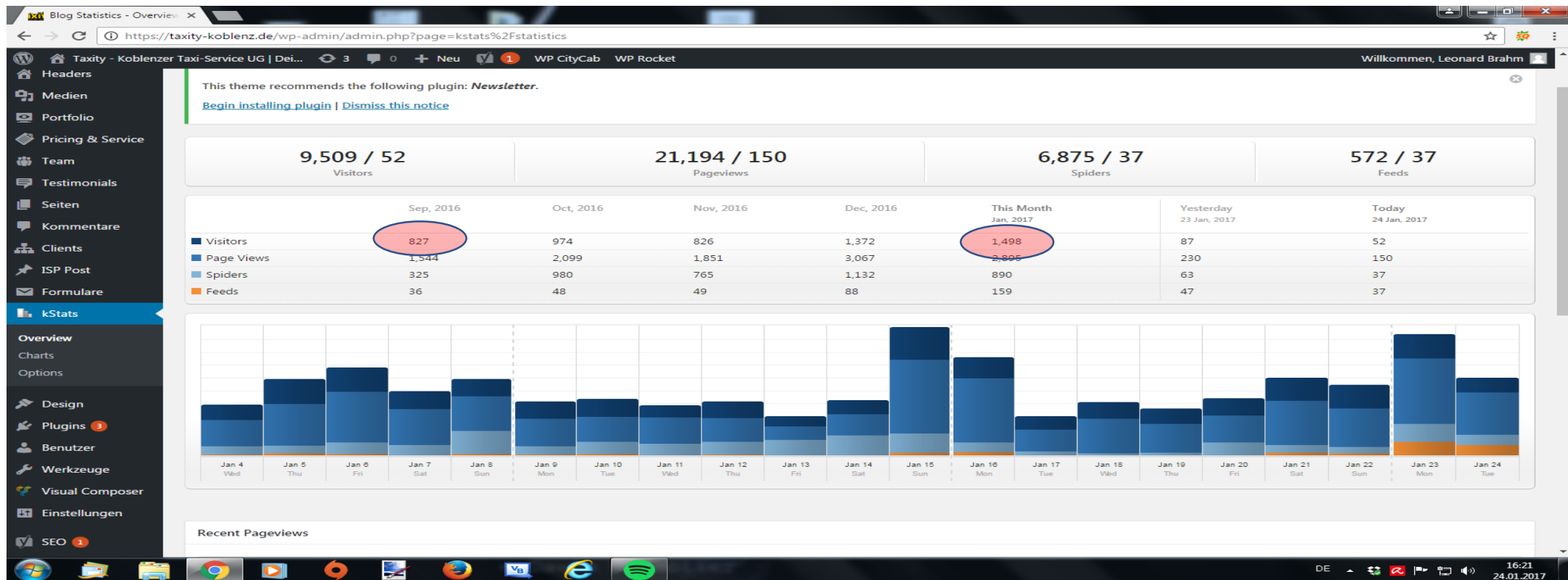
SEO im Vergleich zu Werbeanzeigen

- SEO und SEA ergänzen sich



Chancen durch SEO – Beispiel Taxity

- Unternehmen: Taxi-Unternehmen in Koblenz
- Ausgangssituation: Bei typischen Suchen erschien das Unternehmen auf Platz 14
- Ergebnis: Taxity-Koblenz.de verbesserte sich von Platz 14 auf Platz 2 und knappe Verdopplung der Internetseitebesucher



Was ist SEA?

- SEA heißt Search Engine Advertising
- Bekanntester Anbieter: Google AdWords
- Vorteil: schnelle Erfolge
- Nachteil: laufende, steigende Kosten und keine Nachhaltigkeit
- Besucher sind skalierbar

Was ist Affiliate Marketing?

- „Vermittler“, die Kunden zu einer gewünschten Aktion bringen
- Vergütung auf Provisionsbasis
- Win-Win Situation
- Nachteil: Image des Unternehmens?!

Was ist Content Marketing?

- Produktion von Inhalten, die viral gehen
- Neuer Bereich des Online Marketings
- User generated content → arbeitet indirekt für SEO
- Vorteil: sehr langfristig und gut für das Branding
- Nachteil: schwer zu planen und teilweise sehr kostenintensiv

Was ist Social-Media Marketing?

- Werbung und Ansprache der Zielgruppe in sozialen Netzen
- Unterteilung in B2B und B2C Netzwerken
- B2B: LinkedIn, XING,...
- B2C: Facebook, Instagram,...
- Vorteil: konkrete Ansprache
- Nachteil: teilweise große Streuverluste

Was ist E-Mail Marketing?

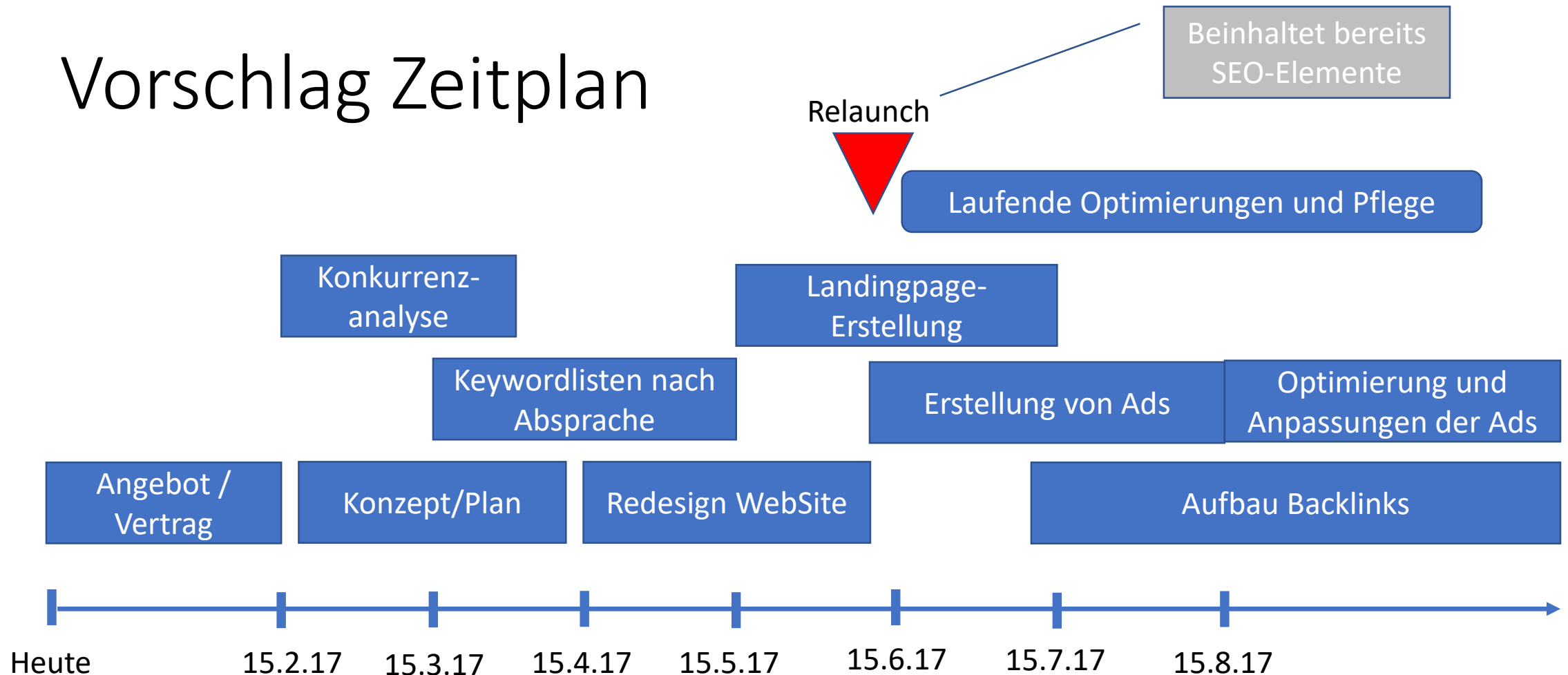
- Verteilen von Newslettern mit exklusiven und informativen Inhalten
- Ziel: Kundenbindung
- Kann aber auch zur Neugewinnung von Kunden führen

Ansätze/Ideen einer
Zusammenarbeit im Bereich
Online Marketing

Was wird wie eingesetzt?

- Nach dem AIDA-Marketing Prinzip lässt sich folgendes Modell aufstellen:
 - A (Attention): Social-Media Marketing, Content Marketing, Affiliate Marketing
 - I (Interest): SEO, SEA, Content Marketing, Affiliate Marketing
 - D (Desire): E-Mail Marketing, SEO, SEA
 - A (Action): E-Mail Marketing, SEO, SEA
- Affiliate Marketing wäre die Spitze des Eisbergs

Vorschlag Zeitplan



- Dies ist nur ein grober Zeitplan. Es werden mehrere Gänge gleichzeitig in Gang gesetzt. Die wichtigsten Vorgänge wurden hier kurz zusammengefasst.

Referenzen

Nr.	Kunde / Branche	Methoden / Inhalte	Dauer
1	Krawattenwelt	<ul style="list-style-type: none">• SEO• Conversion-Optimierung• Branding	3 Monate
2	Taxity	<ul style="list-style-type: none">• Bereits beschrieben	6 Monate
3	Exotic-coffee	<ul style="list-style-type: none">• Internetseitenaufbau• SEO / SEA• E-Mail Marketing / SCM• Branding• Conversion-Optimierung	laufend
4	Phonedoctor	<ul style="list-style-type: none">• SEO / SEA• E-Mail Marketing / SCM• Branding• Conversion-Optimierung	6 Monate
5	StudOvie	<ul style="list-style-type: none">• Internetseitenaufbau• SEO / SEA• E-Mail Marketing / SCM• Branding• Conversion-Optimierung	laufend

Kontaktmöglichkeiten

- Geschäftsführer: Leonard Brahm (l.brahm@erfolgreiche-website.com)
Tel.: +49 151 53666600
- Sales Director: Jakob Nadryan (j.nadryan@erfolgreiche-website.com)
Tel.: +49 1573 2547539