



ONLINE MARKETING STRATEGIE

1

ZIELE/ZIELGRUPPE

- Unternehmensziele und Kennzahlen festlegen
- Personas bestimmen (Merkmale und Herausforderungen)
- USP und Werbetexte für das Angebot ausarbeiten

3

EMAIL/NEWSLETTER

- Lead Magnets aussuchen und konzipieren
- Landing Page, Optin Formular und Emailtexte erstellen
- Newsletter aussenden, Ergebnisse analysieren, anpassen

5

SALES FUNNEL & ADS

- Tools (z.B. für Sales Funnel) und Verkaufspipeline auswählen
- CTA´s optimieren, Leads zu den Angeboten lenken (z.B. mit Social Media, direkte Akquise)
- Werbeanzeigen aufsetzen, Budget und Ziele bestimmen

SOCIAL MEDIA/CONTENT

2

- Social Media Kanäle auswählen und erstellen
- Wöchentliche Formate und Themen festlegen
- Redaktionsplan erarbeiten und Texte für SEO optimieren

SOCIAL SELLING

4

- Als Experte positionieren, relevante Inhalte für Zielgruppe ausarbeiten (Social Listening)
- Inhalte posten, Aktionen einbinden, mit der Community interagieren
- Mit neuen potentiellen Kunden über Social Media vernetzen

KENNZAHLEN ANALYSE

6

- Insights, Reichweite und Interaktion auf Social Media messen
- Google Analytics Webseitenbesuche, Facebook Pixel Ergebnisse auswerten
- Verkaufszahlen und Marketing Ausgaben errechnen