

WELCHE MÖGLICHKEITEN BIETET ONLINE-MARKETING IHREM UNTERNEHMEN?

Im Internet stehen Ihnen neue Möglichkeiten für eine effektive Zielgruppenansprache, den direkten Kundendialog und sofortigen Abverkauf zur Verfügung.

Kleine und mittelständische Unternehmen haben es im Wettbewerb mit riesigen Konzernen oftmals schwer. Nicht so im Internet: Hier besteht echte **Chancengleichheit für alle Unternehmen**. Mit dem richtigen Online-marketing-Konzept kann ein kleiner oder mittelständischer Anbieter auch mit geringem Budget effektiv auf sein Angebot aufmerksam machen. Hierzu bietet Onlinemarketing vielfältige Möglichkeiten und einzigartige Vorteile, die in erster Linie auf den spezifischen Eigenschaften des Mediums Internet basieren.

Von der Zielgruppeneingrenzung bis zur Erfolgsmessung

Onlinemarketing ermöglicht Werbetreibenden eine deutlich effizientere Ziel-

gruppeneingrenzung als das Marketing in anderen Medien. Im Internet können sie ihre **Zielgruppen individuell ansprechen** und mit ihnen in einen direkten **Dialog** treten, ohne dafür das Medium wechseln zu müssen. Über einen Online-Shop ist auch der **sofortige Verkauf** von Unternehmensangeboten möglich. **Arbeitsabläufe** (englisch: Workflow) – von der Bestellung über die Auslieferung bis hin zur Rechnung – können mit Hilfe des Internets vereinfacht und so Kosten in der Prozessabwicklung eingespart werden. Neue **erfolgsbasierte Bezahlmodelle** tragen ebenfalls zu einer hohen Gewinnspanne bei. Darüber hinaus sind die Möglichkeiten der **Erfolgsmessung** einzigartig, da jeder Klick im Internet unmittelbar erfasst und analysiert werden kann.



Jens Stolze,
Inhaber
creative360

EXPERTENMEINUNG

„Onlinemarketing kann einen erheblichen Beitrag zum Unternehmenserfolg beisteuern. Für Anbieter im Business-to-Business (B-to-B) eignet sich Onlinemarketing gerade in der ersten Phase des Kaufentscheidungsprozesses, also der Recherche und Selektion von potenziellen Lieferanten, Geschäftspartnern und Dienstleistern. Ziel sollte es sein, neben der Positionierung in Business-Suchmaschinen an den Orten vertreten zu sein, an denen man seine Zielgruppen im Internet antrifft – möglichst homogen und ohne Streuverluste.“

WAS WOLLEN SIE MIT ONLINEMARKETING ERREICHEN?

Nur wer die Marketingziele und Zielgruppen seines Unternehmens kennt, kann die Maßnahmen des Onlinemarketings gezielt für sich nutzen.

Die verschiedenen Maßnahmen im Onlinemarketing bieten Werbetreibenden vielfältige Möglichkeiten, auf Angebote im Internet aufmerksam zu

machen. Die Wahl der richtigen Maßnahmen richtet sich nach den zuvor definierten Marketingzielen und Zielgruppen des Unternehmens.

ZIELE DEFINIEREN

Konkret definierte Ziele sind entscheidend für den Onlinemarketing-Erfolg. Ob Sie den Bekanntheitsgrad steigern oder über das Internet verkaufen möchten, den Außenauftritt Ihres Unter-

nehmens unterstützen oder Ihre Kunden an sich binden wollen: Klar definierte Marketingziele und -strategien sind Voraussetzung, um von Anfang an die richtigen Maßnahmen zu wählen.



Weiterführende Informationen zum Thema Marketingziele und -strategien finden Sie auf den Seiten 18 und 19.

ZIELGRUPPEN EINGRENZEN

Streuverluste bedeuten für Unternehmen oft nutzlose Mehrausgaben, die sich im Onlinemarketing vermeiden lassen. Für

eine effiziente Zielgruppeneingrenzung stehen Online-Werbetreibenden vielfältige Möglichkeiten zur Verfügung.



Mehr über die verschiedenen Techniken zur Zielgruppeneingrenzung auf den Seiten 20 und 21.

MASSNAHMEN WÄHLEN

Entsprechend seinen Marketingzielen und Zielgruppen wählt der Werbetreibende jene Maßnahmen für sein Onlinemarketing aus, mit denen er

potenzielle Kunden erreichen und größtmögliche Erfolge verbuchen kann: von der Unternehmenswebsite bis zum Suchmaschinenmarketing.



Einen Überblick über die zentralen Maßnahmen des Onlinemarketings gewinnen Sie auf den Seiten 6 bis 17.