



CHECKLISTE: DIE ONLINE MARKETING TOOLBOX

WAS GEHÖRT IN DIE ONLINE MARKETING TOOLBOX?

Wenn Du zu denjenigen Unternehmern gehörst, die ständig daran arbeiten, ihr Business nach vorne zu bringen, gehört Online Marketing für Dich zum täglichen Brot. Aber welche Tools sind dabei unverzichtbar? Dieser Beitrag klärt auf und liefert eine praktische Gratis-Checkliste gleich mit.

Was ist Online Marketing?

Online Marketing zu definieren ist nicht einfach, denn fast alle Bereiche des Alltags sind mittlerweile mit dem Internet verknüpft.

Als Online Marketing kann man ganz grob alle Werbemaßnahmen bezeichnen, die im Internet durchgeführt werden, um zuvor festgelegte Ziele zu erreichen. Ebenso wie beim herkömmlichen analogen Marketing benötigt auch Online Marketing ein individuelles Set an Werbezielen, die erreicht werden sollen. Diese unterscheiden sich von Unternehmen zu Unternehmen - auch innerhalb der gleichen Branche. Je nach Unternehmenssituation können Elemente wie beispielsweise Leadgenerierung, aber auch die Steigerung der Markenbekanntheit oder direkte Verkäufe zu den Zielen von Online Marketing gehören. Die Zeiten, in denen Online Marketing eine exotische Strategie war, sind längst vorbei. Da heute so gut wie alle Lebensbereiche auch im Internet abgebildet werden, Online-Shopping alltäglich ist und jeder ein Smartphone mit Internetzugang in der Tasche hat, ist Werbung im Internet für Unternehmen unverzichtbar. Mit dem Wandel hin zu besserer und schnellerer

Internetverbindung über Smartphones wurde in den vergangenen Jahren das gezielte Online Marketing für Mobilgeräte wichtig.

Voraussetzungen für Online Marketing

Wenn Du für Dein Unternehmen Online Marketing betreiben möchtest, benötigst Du als Grundvoraussetzung zunächst eine Webpräsenz. Dies kann eine ganz traditionelle Webseite sein, es sind aber auch andere Formen der Webpräsenz möglich. Gerade solche Unternehmen, die in einem sehr eng begrenzten lokalen Raum agieren kann bereits ein gut gepflegter Eintrag in einem Branchenverzeichnis, wie beispielsweise My Business von Google ausreichen. Auch, wenn Du bislang kaum oder gar keine Neukunden über deine Webpräsenz angezogen hast, solltest Du auf eine kleine eigene Webseite nicht verzichten. Auch regionale Dienstleister und Handwerker werden heute verstärkt über Mobilgeräte recherchiert. Mit einer eigenen Webseite kommst Du Deinen potentiellen Kunden also einen Schritt entgegen und kannst Dich von Deiner besten Seite zeigen. Zudem erreichst Du mit einer eigenen, individuellen Webseite eine höhere Kundenbindung, als dies mit einer Plattformpräsenz möglich ist.