Strategisches Online-Marketing - (K)Ein Buch mit sieben Siegeln!

Überblick

Online-Marketing hat einen wichtigen Platz im Marketing-Mix eingenommen und bildet in den meisten Branchen einen elementaren Bestandteil der Wertschöpfung. Für viele kleine und mittelständische Unternehmen ist Online-Marketing aber immer noch ein Buch mit sieben Siegeln, das durch den schnellen Wandel immer neue Fragen aufwirft. Dies führt zu einem suboptimalen Einsatz der Marketingmaßnahmen, deren Kosten nur ein geringer Nutzen gegenüber steht. Zeit neue Wege einzuschlagen!

Das Seminar zeigt Ihnen, wie Sie schnell und zielgerichtet Ihre individuelle Online-Marketing Strategie aufbauen, welche Marketingmaßnahmen für Sie relevant sind und wie Sie mit einfachen Mitteln Ihre Werbeaktivitäten kontrollieren.

Dauer:
1 Tag

Preis:
540,00 € (642,60 € inkl. MwSt.)

Kursinhalt

Einführung

- Marketing im Wandel - Von der Klassik zum Online-Marketing
- Die 3 Wege im Internet - Bought Media, Owned Media, Earned Media
- Customer Journey - Die digitale Kundenreise im World Wide Web
- Crowdsourcing und die Demokratisierung der Marke

Status Quo - Wo stehen Sie heute?

- Websiteanalyse: Mit kostenlosen Tools Fehler erkennen und beheben
- Keywordanalyse: Die Basis für professionelles Online-Marketing
- Suchmaschinenoptimierung für Entscheider
- Wettbewerberanalyse - Wissen, was andere tun

Strategisches Online-Marketing

- Strategische Planung: Zielgruppen-, Wettbewerber- und Marktanalyse
- Google verstehen und aktiv nutzen
- Google und die 5 Wege der Sichtbarkeit
- Schnell, effizient, kontrollierbar - Professionelle Vertriebsstrategien im Internet
- Zeit ist Geld - Budgetplanung und Ressourcenplanung

Social Media und Social Media Marketing

- Content-Marketing als neue Werbeform
- Social-Media Guidelines zur Fehlervermeidung
- Best Practice: Facebook und Facebook Ads
- Twitter, Instagram, Pinterest & Co.

Reputationsmanagement

- Image fördern durch Xing und Kununu
- Die beste Werbung kommt von Ihren Kunden - Empfehlungsmanagement
- Kommunikation hat viele Wege - Online-PR

Webanalyse und Reporting

- Online-Marketing als Marktforschung
- Die wichtigsten Kennzahlen von Google Analytics
- Mehr sehen als der Wettbewerb - Webanalyse-Tool Sistrix
- Wissen, wie andere über Sie sprechen - Social Media Monitoring

Voraussetzungen

keine

Zielgruppe

Mitarbeiter sowie Fach- und Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb