



Summery

Tipps wie man besser und erfolgreicher die eigenen Online-Marketing Aktivitäten gestalten kann werden dem Leser helfen, eine für sein Unternehmen oder seine Belange hilfreiche Grundhaltung für geplante oder schon realisierte Online-Aktivitäten zu finden. Es werden neben dem wichtigen Thema des Kundendialoges, Tipps zum Keywording und der Gestaltung von Online-Ansprachen gegeben. Tipps und Überlegungen für den eigenen Umgang mit viralem- und Guerilla-Markting schließen den Beitrag ab.

5 Tipps zum erfolgreichen Online-Marketing

Unter Online-Marketing -auch E-Marketing oder Internet-Marketing- genannt verstehen wir alle Marketingaktionen die mit Hilfe des Webs erfolgen. Dies reicht von der klassische Online-Werbung über das Suchmaschinen-Marketing bis zur E-Mail-Werbung und dem mehrstufigen Dialog-Marketing.

Tipp Nr. 1 Führen Sie ehrliche Kundendialoge

Kundendialog heißt bidirektionale Kommunikation, also **keine Einbahnstrasse**. Dialog bedeutet mehr als die Kundenantwort „ja will ich kaufen“. Er wird hier als Synonym für eine direkte, **gegenseitige Online-Kommunikation** zwischen Kunde oder Interessent verstanden.

Treten sie in einen wirklichen Dialog mit Ihren Kunden. Nehmen Sie ihn ernst. Klingt wie alter Wein in neuen Schläuchen ist aber nach unseren Erfahrungen einer der am wenigsten befolgten Regeln. Schauen Sie sich um! Betrachten Sie die VIAGRA-emails und die täglichen Werbe-Infobriefe die Sie erhalten. Sie fragen sich, was haben die sich dabei gedacht? Gehen Sie davon aus, im Zweifel nichts. **Seien Sie authentisch**, versprechen Sie nur, was Sie und Ihre Produkte oder Dienstleistungen halten können. Seien **Sie kreativ statt langweilig**, hinterfragen Sie bei Ihren Kampagnen **welchen Nutzen stiftet der angestrebte Online-Dialog** dem Kunden/Interessenten wirklich.

Tipp Nr. 2. „Wer sucht, der findet“

Wie viel Zeit verbringen Sie im Internet? Was ist ihre bevorzugte Suchmaschine? Was geben Sie ein und was bekommen Sie als Ergebnis? Zur Suchmaschinen-Optimierung, dem Thema zielgruppengerechte Positionierung gibt es nun wahrlich viel Literatur. Versuchen Sie sich in **die Situation Ihrer Kunden** zu versetzen und aus deren Sicht das Problem anzugehen. Wo schaue er nach, wenn das Klo verstopft ist? Na also, dann sollten Sie in der Onlineausgabe „der gelben Blätter“ auch drinstehen, wenn das ihre Profession ist, natürlich mit den entsprechenden Keyword sprich Schlagworten. **Denken Sie als Unternehmen immer auch regional** und sorgen Sie dafür, dass man Sie auch dort findet, wo Ihr Unternehmen schon Mitglied ist, z.B. bei **den IHK's oder Berufsverbänden** und den Kammern. Dies ist nicht bei allen der Fall, überprüfen Sie, ob Sie und ihr Unternehmen genannt und recherchierbar sind. Lohnenswert sind auch **Initiativen des**



Landes oder der Region wie bspw. „Baden Württemberg connected“, „Wirtschaftsregion Stuttgart“ u.ä. Lassen Sie sich **hier eintragen, damit Sie online auffindbar sind**.

Tipp Nr. 3. „Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte“

Die Online-Gestaltung soll übersichtlich erscheinen, bedienerfreundliche Gestaltung ist ein Muss. Schließlich soll der Kunde oder Interessent **intuitiv verstehen**, was Sie ihm anbieten. Dies gilt für fast **alle Submedien des Online-Marketings**, sei es E-Mail, Web-Design, die bekannte S-Kurve bei Brief-Mailings oder für ihren Download-Infos. Wir empfehlen für die Gestaltung aller Online-Bereiche, **„weniger ist mehr“**, „ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“, achten Sie auf eine für das Auge **angenehme Farbgebung** und machen Sie nicht jede (web)technische Spielerei mit. Dann werden Sie die Aufmerksamkeit Ihrer jetzigen und zukünftigen Kunden sichern.

Tipp Nr. 4. „Nur wer was gibt, bekommt auch was“

Was können Sie geben? Informationen! Ach ja, Sie sind wohl Techniker oder Jurist. Fakten sind wichtig, jedoch bedenken **Sie in welcher Phase ihres online- Verkaufsprozesses** sie sich gerade befinden und was Sie verkaufen bzw. promoten erfordert unterschiedliche Maßnahmen. Nur wenige wollen z. B. beim i-Pod außer Speicherplatz weitere Technikdetails wissen. **Emotionen** kommen da schon besser. Ein Audiofile an der richtigen Stelle wirkt bei der richtigen Zielgruppe unterstützend bei anderen Kunden konttraproduktiv. **Spaß und Witz** sind nach wie vor die Favoriten. Gewinnspiele und Verlosungen, Tests und Warenproben bieten dem **Onlinebesucher einen aktuellen Nutzen**. Entlocken Sie Ihrer Zielgruppe beim Onlinekontakt ein Lächeln und sie bekommen Wohlwollen, Sympathie, Weiterempfehlungen und Aufträge zurück.

Tipp Nr. 5. „Virales Marketing oder die Guerilla-Gruppe mit der Bauchtanzpuppe“

Virales Marketing bedeutet eine Weiterempfehlung durch Dritte, **die lawinenartig anschwillt** und wie ein Schneeball-System funktioniert. Die Analogie zu Infektionskrankheiten ist hier kennzeichnend und meint eher die **Ausbreitungsgeschwindigkeit** als die Inhalte. Guerilla-Marketing setzt auf ideenreiche, unkonventionelle und **spektakuläre Unterhaltung**. Die **Kundenansprache** ist überraschend, schnell, ungewöhnlich d.h. **mit „Aha-Effekten“**. Die Zielgruppen kann der Endkunde oder der Einkäufer auf einer Fachmesse sein. Als gutes Beispiel für dieses Genre, finden wir den „Diät-Cola und Mentos Clip“ der es bei YOU-TUBE bis auf Platz 1 schaffte (link).

Viel Kreativität und etwas Mut sowie eine Videokamera, können Ihnen und Ihrem Unternehmen helfen, **preiswertes Online Marketing** zu realisieren.



Selbstdarstellung von SellingPoint Consult, Dipl.-Kfm. Andreas Kreikle

SellingPoint Consult ist eine Unternehmensberatung mit dem Fokus auf Vertriebsthemen und Marketing. Zielgruppe sind kleinere und mittlere Unternehmen sowie Neugründungen in der Region Stuttgart. Das Unternehmen verfügt über langjähriges Vertriebs-Knowhow in der IT- und Technologiebranche. Neben der Beratung wird auch Vertriebs-soutsourcing angeboten. Weitere Informationen:

SellingPoint Consult Dipl.-Kfm. Andreas Kreikle

Büro Frankfurt
Lehrstrasse 33
63128 Dietzenbach

Büro Stuttgart
Lange Str. 3
70173 Stuttgart

Fon 06074-21 11 353
Fax 06074-21 11 355

Fon 0711- 295933

kontakt@sellingpoint-consult.de
www.sellingpoint-consult.de