

Inhaltsverzeichnis

1	Beeinflussende Faktoren	1
1.1	Budget	1
1.2	Mitbewerbersituation	2
1.3	Personelle Ressourcen	3
	Literatur	3
2	Das Online-Marketing-Cockpit – 8 Phasen	5
2.1	Phase 1: Positionierung	7
2.1.1	Wo greift eine gute Positionierung online?	8
2.1.2	Kostenführer oder Differenzierer?	8
2.1.3	EKS® – Engpasskonzentrierte Strategie	9
2.1.4	Merkmale einer funktionierenden Positionierung	10
2.1.5	Positionierung als attraktiver Arbeitgeber	13
2.2	Phase 2: Zielgruppenbestimmung	17
2.2.1	Limbic Map®	19
2.2.2	B2C- und B2B-Personabeschreibung	20
2.3	Phase 3: Zielsetzung	28
2.3.1	Zielarten	29
2.3.2	Online-Marketing-Zieldefinition	31
2.3.3	Große Ziele vs. realistische Ziele	33
2.4	Phase 4: Kanal- und Instrumentenauswahl	35
2.4.1	SEO	35
2.4.2	SEA	38

2.4.3	Social Media	41
2.4.3.1	Facebook	43
2.4.3.2	Instagram	46
2.4.3.3	Pinterest	48
2.4.3.4	YouTube	50
2.4.3.5	LinkedIn & XING	53
2.4.3.6	Twitter	56
2.4.4	Content-Marketing	57
2.4.5	Influencer-Marketing	59
2.4.6	E-Mail-Marketing	62
2.4.7	Mobile Marketing	66
2.4.8	Weitere Suchsysteme	67
2.4.9	Die Priorisierung der Kanäle und Instrumente	68
2.4.9.1	Der Wettbewerbsvergleich	69
2.4.9.2	SWOT-Analyse	70
2.4.10	Wie viel Traffic benötigen Sie, um Ihre Umsatzziele zu erreichen?	72
2.5	Phase 5: Contentauswahl und -erstellung	74
2.5.1	Reziprozität	77
2.5.2	Social Proof	78
2.5.3	Sympathie	79
2.5.4	Autorität	80
2.5.5	Verknappung	81
2.5.6	Das AIDAL-Content-Modell	82
2.6	Phase 6: Conversion-Optimierung	89
2.6.1	Sechs Schritte der Conversion-Optimierung	90
2.6.2	A/B-Testing	92
2.7	Phase 7: Controlling	97
2.7.1	Datenerhebung	99
2.7.2	Zieltracking	100
2.8	Phase 8: Automatisierung	104
2.8.1	All-in-one-Lösung	105
2.8.2	Speziallösungen	105
2.8.3	Die Auswahl geeigneter Marketing- Automatisierungstools	106
	Literatur	109

3	Das Online-Marketing-Cockpit in der Praxis	115
3.1	Nähscene TURM-Stoffe GmbH	115
3.2	Albrecht Bäume GmbH & Co. KG	123
3.3	Sensational Marketing GmbH	131
	Literatur	134
4	Führen Sie Ihr Unternehmen mit dem Cockpit zum Erfolg	135
	Literatur	137
	Erratum zu: Das Online-Marketing-Cockpit in der Praxis	E1