

**NR.CONSULTING GMBH**

Wohlenbergstr. 4 | 30179 Hannover

+49 511 676 68 99 80

info@nrconsulting.de



# 10 TIPPS FÜR DEINE ONLINEMARKETINGSTRATEGIE

- und was Du dabei unbedingt beachten solltest.

**WHITEPAPER**

[www.nrconsulting.de](http://www.nrconsulting.de)

# Los geht's!

## 10 EINFACHE TIPPS FÜR DEINE ONLINEMARKETINGSTRATEGIE

### 01 DIE EIGENE WEBSEITE ALS KOMMUNIKATIONSZENTRALE

Das Thema Onlinemarketing ist in den letzten Jahren zunehmend komplexer geworden. Viele neue Kanäle sind hinzugekommen, andere haben an Bedeutung verloren.

Aus strategischer Sicht sollte der zentrale Punkt jeder digitalen Kommunikation immer Deine eigene Webseite sein. Denn hier hast Du alle Fäden selbst in der Hand, bist somit nicht von irgendwelchen Algorithmen abhängig oder musst noch zusätzlich Ads schalten, um überhaupt Reichweite zu bekommen.

Idealerweise verweisen alle anderen Kanäle immer auf Deine Webseite, auf der alle Informationen zu Deinem Unternehmen, zu Deinem Produkt oder Deiner Dienstleistung zu finden sind und somit den User umfassend informieren.

### 02 OHNE ZIEL KEINE STRATEGIE

Die Entwicklung einer Onlinemarketingstrategie ist nur möglich, wenn Du Dir schon am Anfang darüber im Klaren bist, was am Ende herauskommen soll. Also beispielsweise neue Kunden gewinnen, Produkte im Onlineshop verkaufen, Kunden zu Dir in Dein lokales Ladengeschäft bringen oder neue Mitarbeiter gewinnen oder oder oder...

Die Ziele können sehr unterschiedlich sein und daher ist es besonders wichtig, dass diese Ziele am Anfang klar definiert sind und die Strategie darauf entsprechend aufgebaut wird. Ansonsten wird planlos viel ausprobiert, Geld verbrannt und es gibt selten ein brauchbares Ergebnis. Ganz nach dem Motto *“Wer nicht weiß, wo er hin will, darf sich nicht wundern, wenn er woanders ankommt.”*

## 03 ERSCHEINUNGSBILD / BRANDING

Achte darauf, dass alle Deine Kanäle inhaltlich und optisch „*wie aus einem Guss*“ wirken. Das bedeutet, dass insbesondere Deine Webseite und alle Social-Media-Kanäle unbedingt das gleiche Erscheinungsbild haben. Also alle das gleiche Logo, die gleichen Farben und Schriften usw. Auch inhaltlich sollte es auf allen Kanälen (inklusive Google!) um das gleiche Thema gehen.

Denn selbst wenn Du hauptsächlich Social Media für Deine Kommunikation nutzt, informieren sich die meisten neuen Kunden erst einmal auf Deiner Webseite. Also sollte diese auch jederzeit gut gepflegt sein und zu Deinem Social Media Content passen! Sonst ist der User am Ende verwirrt und springt gleich wieder ab.

## 04 WELCHE KANÄLE ÜBERHAUPT? MUSS ICH JETZT AUCH NOCH TIKTOK MACHEN?

Die Auswahl der richtigen Kanäle ist natürlich in erster Linie von Deiner Zielgruppe abhängig. Dazu musst Du natürlich wissen, wer genau Deine Zielgruppe ist (Alter, Geschlecht, Interessen usw.) und wo bzw. auf welchen Kanälen sie sich aufhält. In den meisten Fällen reichen zwei oder drei Kanäle, die aktiv und kontinuierlich bespielt werden sollten. Und auch wenn TikTok aktuell der neue, heiße Sch\*\*\* ist, so passt es nicht zu jeder Zielgruppe. Aber dennoch: 30 % aller TikTok-User sind über 30 Jahre alt (Stand 09/22) und somit ist der Kanal vielleicht doch interessant, insbesondere bei der Mitarbeitergewinnung.

## 05 DER WURM (=CONTENT) MUSS DEM FISCH (=USER) SCHMECKEN!

Und damit der Content dem User schmeckt, braucht er auf jeden Fall: Relevanz! Denn Relevanz bedeutet, dass die Inhalte auf Deinen Kanälen für Deine Zielgruppe interessant sind und diese wirklich interessieren. Dabei sollte der Inhalt immer ein akutes Problem lösen, wobei das Bedürfnis nach Unterhaltung eben auch ein akutes Problem sein kann. Und damit es auch richtig funktioniert, muss der Content zum richtigen Zeitpunkt, in der richtigen Situation und mit der richtigen Ansprache auf dem richtigen Kanal kommen. Am besten funktionieren dabei kleine Geschichten mit Personen (Storytelling). Ansonsten, „Cat-Content“ geht (fast) immer 😊

## 06 PUSH ODER PULL?

Hierbei entscheidet sich, ob Du den Fokus in Deiner Strategie eher auf Google oder auf Social Media legen solltest. Hast Du beispielsweise ein Produkt oder eine Dienstleistung, das bekannt ist und für das ein klarer Bedarf besteht, dann solltest Du bei Google sehr gut auffindbar sein. Denn bei einem Bedarfsprodukt sucht der User aktiv danach (Pull). Dementsprechend solltest Du viel Wert auf die organische Auffindbarkeit Deiner Webseite legen (Onpage-SEO) und eventuell zusätzlich Ads auf die gängigen Suchbegriffe schalten.

**Beispiel:** Du bist Heizungsinstallateur, dann solltest Du bei den Suchbegriffen "Heizung defekt" oder "Heizung Reparatur" auf Google gefunden werden.

Oder hast Du ein Produkt, das (noch) nicht bekannt ist, dann musst Du Deine Zielgruppe erst inspirieren und Dein Produkt dort bekannt machen (Push), bevor es überhaupt jemand kauft. Vielleicht bist Du ja Modedesigner, dann musst Du Deine neue Kollektion Deiner Zielgruppe erst einmal zeigen. Hier sind die Social-Media-Kanäle die bessere Wahl, denn darüber kannst Du Deine Community begeistern, während sie durch den Feed scrollt.

## 07 WENN DIE EIGENE COMMUNITY NICHT MEHR REICHT

In den meisten Fällen ist es ja so, dass Du mit Deinen Onlinemarketingaktivitäten auch neue Kunden außerhalb Deiner bestehenden Community erreichen willst. Das funktioniert zunehmend schlechter über die Interaktion auf Deinen Postings in Form von Likes, Shares und Comments, da die Plattformen natürlich Werbeflächen verkaufen wollen. Also dreht der Algorithmus die organische (=nicht bezahlte) Reichweite immer weiter zurück und hofft, dass Du ein Werbebudget auf Dein Posting schaltest, um so neue User zu erreichen, mit denen Du noch nicht direkt verbunden bist. Und noch ein wichtiger

**Und noch ein wichtiger Tipp:** NIEMALS den blauen Button "Jetzt bewerben" benutzen, immer über den Anzeigenmanager gehen! Ansonsten gibt es für viel Budget ziemlich wenige oder qualitativ schlechte Leads.

## 08 WAS WEISS DENN DAS INTERNET SCHON ÜBER MICH?

Immer ein interessantes Thema. Hin und wieder sollte man auch mal **checken, was Google über Dich, Dein Unternehmen oder Dein Produkt/Dienstleistung weiß.**

Denn einerseits findet man so heraus, ob die eigenen Onlinemarketingbemühungen auch auf die eigene digitale Sichtbarkeit und damit auf das Google-Ranking positiv einzahlen, zum anderen erkennt man auch, ob aus anderen Quellen vielleicht falscher oder weniger vorteilhafter Content kommt, der gegen die eigene Reputation arbeitet. Dann sollte man schnell entsprechende Maßnahmen ergreifen und gegensteuern.

## 09 EINMAL ERSTELLT UND ICH HABE RUHE

Leider falsch. Die Dynamik der Digitalisierung und die Schnelllebigkeit der digitalen Medien erfordern ein kontinuierliches Dranbleiben. Alle Kanäle sollten überwacht und immer wieder optimiert werden. Nur so kann eine digitale Strategie zum Erfolg führen.

**Das bedeutet:** Sind die Inhalte meiner Webseite immer noch aktuell und passen zu meiner Zielgruppe? Wird meine Webseite weiterhin bei Google gefunden und passen die Keywords auch immer noch? Werden meine Social-Media-Kanäle regelmäßig mit relevantem Content bespielt? Erhalte ich genügend Anfragen über meine digitalen Kanäle? Wenn nur einer dieser Punkte nicht mehr ausreichend funktioniert, ist in der Regel insgesamt kein Erfolg durch Onlinemarketing möglich.

## 10 ICH KANN DAS ALLES NICHT!

Klingt trotzdem alles noch ziemlich kompliziert? Kein Problem, wir sind ja da! Wir unterstützen Dich gerne bei dem strategischen Aufbau Deiner digitalen Kommunikation und begleiten Dich auch bei der Umsetzung, wenn Du es wünschst. Aber **alles beginnt mit einem ersten kostenlosen und völlig unverbindlichen Gespräch.**

**Also jetzt schnell einen Termin vereinbaren und schon kann es losgehen.**



Kostenloses Strategiegelgespräch:  
[www.nrconsulting.de/termin](http://www.nrconsulting.de/termin)



# GET IN TOUCH

---



Wohlenbergstr. 4 | 30179 Hannover



info@nrconsulting.de



+49 511 676 68 99 80



www.nrconsulting.de

