

<h1>

WEB

BY

KRAUSS' ⚡

</h1>

Herausgeber

Krauss Kommunikation GmbH

Maicostraße 8

71083 Herrenberg

Tel 07032 289940

Mail info@krausskommunikation.de

3. Auflage, 01.2024

© Krauss Kommunikation GmbH

Inhalt

Einführung	4
Online-Werbestrategie	8
Online Marketing	10
SEO und SEA	11
Content Marketing	15
Social Media Marketing	18
Analyse und Auswertung	21
Kontakt	23

Web? Na klar!

Nutzen Sie die Vorteile des Internets für Ihr Unternehmen



Digitale Medien haben die Art, wie wir kommunizieren und konsumieren grundlegend verändert. Für die meisten Verbraucher ist das Internet mittlerweile die **erste Anlaufstelle** bei der Suche nach Informationen, Produkten und Dienstleistungen. Unternehmen haben dies erkannt und ihr Angebot auf den digitalen Raum ausgeweitet. Eine eigene **Internetpräsenz** gilt für Marken und Anbieter heutzutage als Muss, um gefunden zu werden und mit der Konkurrenz Schritt zu halten.

Das Internet kennt keine Grenzen. Ihr **wichtigster Außendienstmitarbeiter** ist rund um die Uhr für Sie im Einsatz. Vorbei sind die Zeiten von festen Öffnungszeiten, fehlendem Preisvergleich und Austausch, der ausschließlich persönlich stattfindet. Das Web öffnet Unternehmen Türen für neue Kundengruppen über die Region hinaus, vielseitige Vertriebsvarianten und vor allem flexible Kontaktformen. Websites, Online-Shops oder Social Media Kanäle sind nur einige Beispiele für Plattformen, auf denen sich Marken vorstellen oder Produkte und Infos anbieten können.

Die Vorteile des Internets für Ihr Angebot auf einen Blick:

- ✔ Weltweite Präsenz Ihrer Marke
- ✔ Neue Kundenmärkte
- ✔ Mehr Möglichkeiten für den Vertrieb
- ✔ Geringere Kosten als ein physischer Betrieb
- ✔ Sie sind Tag und Nacht erreichbar
- ✔ Individuellere Werbemöglichkeiten
- ✔ Einfache Kontaktwege
- ✔ Automatisierte Abläufe

Der Schritt ins Web

Wenn der erhoffte Erfolg ausbleibt

Eine erfolgversprechende Geschäftsidee allein ist kein Garant für einen gelungenen Webauftritt. Selbst wenn das eigene Angebot bei Kunden gut ankommt oder das Potenzial bietet, eine echte Marktnische zu bedienen, stehen Unternehmen im Internet vor der Herausforderung, sich aus einer **großen Anzahl an Mitstreitern** hervorzuheben.

Häufig gilt: Eine Website zählt neben der Instagram-Präsenz selbstverständlich zu den Kanälen, um die eigene Marke der **Online-Welt** vorzustellen. Dennoch bleibt der erhoffte Zulauf an Neukunden aus und die Zahl der Abonnenten auf den Social Media-Plattformen steigt nur schleppend. Gleichzeitig scheint die Konkurrenz auf denselben Kanälen mühelos zu wachsen. Unternehmen stehen vor der Frage, welche Maßnahmen sie ergreifen können, um sich mit ihrem **Webauftritt abzuheben** und das Internet zu erobern.

1. Weshalb wird unser Angebot nicht gefunden?

2. Wieso kommt es nur selten zu Verkäufen?

3. Was wünschen sich unsere Kunden?

4. Wie erreichen wir eine bestimmte Zielgruppe?

Die Qualität Ihrer Website ist entscheidend

Das macht eine hochwertige Website aus

Zwar können die meisten Unternehmen eine Website vorweisen, doch sie schätzen die Qualität ihrer Internetpräsenz falsch ein. Kunden erwarten im Web Angebote, die gänzlich auf ihre **Bedürfnisse zugeschnitten** sind. Daneben sind auch technische Voraussetzungen relevant, um eine Website ansprechend zu gestalten. Sicherheitslücken, veraltete Technik oder Inhalte, die bestimmte Lesegewohnheiten von Internetnutzern nicht berücksichtigen, wirken sich maßgeblich

auf die **Leistungsfähigkeit Ihrer Website** aus. Mit ständig wechselnden Trends und neuen technischen Möglichkeiten wachsen die Herausforderungen an Unternehmen, sich im Web attraktiv zu präsentieren und mit der Konkurrenz Schritt zu halten. Eine **hochwertige Website**, die sämtliche Qualitätsstandards berücksichtigt, erhöht die Wahrscheinlichkeit, Ihre Marke gewinnbringend im digitalen Raum zu positionieren.

Eine hochwertige Website ist bereits auf den ersten Blick anhand einiger Kriterien erkennbar:

- 1 Ladezeit und Datengröße**
Eine optimierte Website überschreitet die Ladezeit von 1–2 Sekunden nicht. Hierbei spielt auch die Menge und Größe der Daten eine Rolle, die auf einer Seite geladen werden.
- 2 Technologie**
Sowohl der verwendete Server als auch die angewandten Programmiersprachen sollten modernen Standards entsprechen und vor allem „sauber“ sein.
- 3 Sicherheit**
Zu unverzichtbaren Sicherheitsvorkehrungen gehören mittlerweile ein aktuelles SSL-Zertifikat, Anti-Spam-Maßnahmen sowie Authentifizierungsoptionen. Diese verhindern, dass sensible Daten abgefangen werden oder das System als solches angegriffen wird. Fremdcode oder fertige Plugins stellen ein entscheidendes und vermeidbares Risiko dar.
- 4 Maßgeschneidert**
Eine gute Website berücksichtigt im Hintergrund die individuellen Bedürfnisse Ihres Unternehmens. Möglichkeiten zur Verwaltung und Pflege sollten ideal auf Ihre Interessen abgestimmt sein.
- 5 Nachhaltigkeit**
Spezifische Funktionalitäten sollten ohne Baukasten-Fertigsysteme umgesetzt werden, um stetige Anpassungen und Erweiterungen zu ermöglichen. So profitieren Sie auch langfristig von Ihrer Webpräsenz.
- 6 Design**
Ein ansprechendes Design berücksichtigt ästhetische Qualitätsmerkmale wie auch die Lesegewohnheiten von Internetnutzern. Inhalte sollten leicht erfassbar sein und eine klare Struktur erkennen lassen, sodass Nutzer schnell finden, wonach sie suchen.
- 7 Auffindbarkeit**
Selbst die beste Website liefert keinen Mehrwert, sofern sie Kriterien zur guten Auffindbarkeit in Suchmaschinen vernachlässigt. Hierzu zählt der gezielte Einsatz von Keywords sowie eine durchdachte Linkgestaltung.
- 8 Mehrwert**
Guter Content zeichnet sich dadurch aus, dass er Nutzer zufriedenstellt und darüber hinaus animiert, in Aktion zu treten. Der Mehrwert einer Website sollte stets im Vordergrund stehen.

Erfolgsfaktor Online Marketing

Online Marketing verleiht Ihrem Internetauftritt Wirkung



Etablierte wie auch junge Unternehmen stehen im Web vor ähnlichen Herausforderungen. Der digitale Markt wird aufgrund der Angebotsbreite zunehmend komplexer. Die bloße Präsenz auf Online-Kanälen ohne ein **konkretes Werbekonzept** bietet langfristig kaum Mehrwert für eine Marke. Um die Vorteile des digitalen Raums optimal zu nutzen, ist eine gut durchdachte Online Marketing-Strategie entscheidend. Mittels einer Online-Werbestrategie werden die Stärken der jeweiligen Instrumente ideal genutzt.

Die verbesserte Auffindbarkeit in Suchmaschinen zählt neben der Optimierung von Inhalten für verschiedene Online-Plattformen zu entscheidenden **Maßnahmen**, um bestimmte Zielgruppen anzusprechen und Unternehmen einen Vorteil auf dem digitalen Markt zu verschaffen. Online Marketing (deutsch: Internetmarketing) ist somit der entscheidende Faktor, um mit Ihrer Web-Präsenz auch **Wirkung** zu erzielen.

Im Web durchstarten

Aber mit Konzept



Ein gut durchdachtes Konzept ist unerlässlich für den Erfolg verschiedener Online Marketing-Maßnahmen und setzt **Planung sowie Analyse** voraus. Kenntnisse über die Stärken des eigenen Produkts sowie potenzieller Kundengruppen sind unerlässlich, um eine klare **Vision zu entwickeln** und gewinnbringend in digitale Werbestrategien zu investieren.

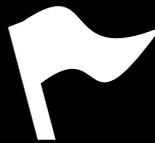
Verschiedene Marketing-Instrumente bieten Ihnen unterschiedliche Vorteile und sollten gezielt für bestimmte Zwecke gewählt werden. Um Internetnutzer zu überzeugen, muss ein Produkt, das über einen Webshop vertrieben wird, beispielsweise andere Kriterien erfüllen als eine Servicedienstleistung, die vorwiegend über Social Media-Kanäle beworben wird.

Zur Entwicklung einer Online-Werbestrategie sollten Sie im Voraus einige Fragen klären:

- ✔ Wie will sich das Unternehmen darstellen?
- ✔ Über welches Alleinstellungsmerkmal (englisch: Unique Selling Proposition, kurz: USP) verfügt die Marke?
- ✔ Welche Zielgruppe soll erreicht werden?
- ✔ Welcher Mehrwert wird der jeweiligen Zielgruppe geboten?
- ✔ Welche Online-Kanäle eignen sich zu welchem Zweck?
- ✔ Mit welchen Maßnahmen sollen welche Ziele erreicht werden?
- ✔ Wieviel Zeit und Budget steht hierfür zur Verfügung?

Wir bieten

In einem gemeinsamen Workshop nehmen wir Ihre Marke aus verschiedenen Perspektiven unter die Lupe und erarbeiten mit Ihnen eine individuelle Online Marketing-Strategie.



PHASE 1 Analyse

- SEO-Analyse
- Zielgruppenanalyse
- Wettbewerbsanalyse
- Contentanalyse
- Keyword-Analyse
- Technische Evaluierung

PHASE 2 Zielbestimmung

- Automatisierung von Prozessen
- Steigerung von bestimmten Kennzahlen
- Verbesserung des Seitenrankings
- Technische Optimierung
- Erreichen einer bestimmten Zielgruppe
- Content-Optimierung
- Design-Optimierung

PHASE 3 Planung und Strategie

- Planung von Funktionalitäten
- Seeding-Strategie
- Budgetplanung
- Zeitplanung
- Überarbeitung des Contents
- Planung von Werbemaßnahmen
- Aktualisierung der Technik
- Überarbeitung des Designs

Gefunden werden, überzeugen, vernetzen

Die drei Säulen des Online Marketings

Online Marketing bezeichnet verschiedene **werbliche Maßnahmen und Werkzeuge**, die gezielt dazu genutzt werden, ein Unternehmen, eine Marke oder ein Angebot digital zu positionieren. Diese lassen sich in **3 Bereiche** aufteilen, die jeweils unterschiedliche

Ziele verfolgen. Ein **ideales Zusammenspiel** dieser Zweige erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Inhalte für potenzielle Kunden gut auffindbar, ansprechend und wirksam sind.

ONLINE MARKETING

INHALTS- MARKETING

**(englisch:
Content Marketing)**

Verfolgt das Ziel, Inhalte so ansprechend und animierend wie möglich zu gestalten. Das Bedienen der Interessen der Internetnutzer hat hierbei Priorität. Im Fokus steht vor allem die Steigerung der Aktionsbereitschaft von Nutzern, etwa durch das Teilen von Inhalten, eine Kontaktaufnahme oder den Kauf von Produkten.

SUCH- MASCHINEN- MARKETING

**(englisch: Search
Engine Marketing,
kurz SEM)**

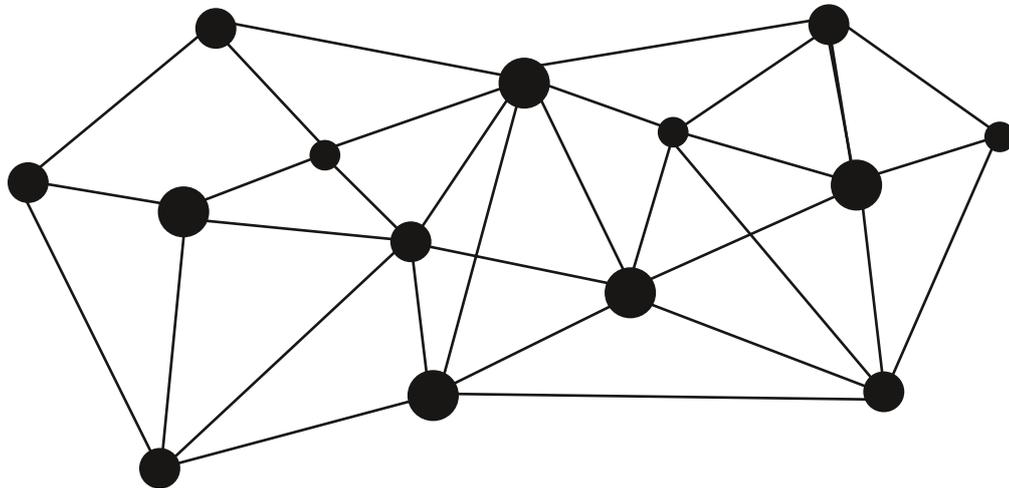
Befasst sich mit der Optimierung einer Website für Suchmaschinen, um eine bessere Auffindbarkeit zu gewährleisten und Besucher zu generieren.

SOCIAL MEDIA MARKETING

Umfasst die Kommunikation und Verbreitung von Inhalten in sozialen Medien. Die Bindung und Generierung von Kunden stehen hierbei genauso im Vordergrund wie die Markenbildung. Diese Ziele sollen durch emotional geprägten Content, der zur Interaktion anregt, erreicht werden.

Nichts geht mehr ohne Suchmaschinen

Algorithmen bestimmen den Wert Ihrer Website



Die Informationsfülle des Internets ist derart überwältigend, dass es für Benutzer ohne eine **Vorsortierung** durch Suchmaschinen nahezu unmöglich ist, relevante Inhalte aufzufinden. Jede Suchmaschine arbeitet mit einem individuellen **Ranking-system**, auch Algorithmus genannt. Dieser bestimmt, welche Relevanz eine Seite für die Suchbegriffe des Users hat. So werden dem Benutzer Ergebnisseiten in einer bestimmten Reihenfolge angezeigt, die bestmöglich zu seiner Suchanfrage passen.

Die Faktoren, denen ein solcher Algorithmus folgt, werden kontinuierlich weiterentwickelt und somit immer komplexer. Trotz relevanter Inhalte kann es also vorkommen, dass Ihre Website erst sehr weit hinten in der Ergebnisliste auftaucht. Das kann daran liegen, dass sie die **Kriterien des Algorithmus** nicht ausreichend berücksichtigt. Suchmaschinenmarketing befasst sich mit der Optimierung von Websites für Suchmaschinen in Blick auf sich wandelnde Algorithmen.

Gefunden werden dank Suchmaschinen

So funktioniert Suchmaschinenmarketing



Die Verwendung von Suchmaschinen ist für die meisten Internet-Nutzer unerlässlich, um durch die Informationsflut des „World Wide Web“ zu navigieren. Eine **gute Auffindbarkeit** der angebotenen Inhalte ist somit entscheidend für Marken und Unternehmen, um sich gegen die Konkurrenz durchzusetzen. Im deutschsprachigen Raum stellt Google mit etwa 90 % Marktanteil die relevanteste Suchmaschine dar.

Suchmaschinenmarketing (englisch: Search Engine Marketing) ist Teil des Online Marketings und befasst sich mit der Positionierung von Websites im Bereich von Suchmaschinen. SEM setzt sich aus zwei Bereichen zusammen, die jeweils einen unterschiedlichen Fokus aufweisen.

SEO

Suchmaschinenoptimierung

(Englisch: Search Engine Optimization, kurz SEO)

Bezeichnet Maßnahmen bezüglich organischer Suchergebnisse. Durch SEO ranken Sie mit relevanten Keywords in den Suchergebnissen – und das ohne bezahlte Werbung. Ziel ist es, Websites möglichst gut sichtbar im Ranking von Suchmaschinen erscheinen zu lassen.

SEA

Suchmaschinenwerbung

(Englisch: Search Engine Advertising, kurz SEA)

Wird für bezahlte Werbung in Suchmaschinen eingesetzt.

Gängige SEA-Werkzeuge stellen Google Ads und Google AdWords dar.

Fit für die Suchmaschine

Die wichtigsten Kriterien für ein gutes Ranking-Ergebnis

Eine suchmaschinenoptimierte Website erfüllt **bestimmte Kriterien**, die dafür sorgen, dass die Inhalte leicht auffindbar sind und von Suchmaschinen **positiv bewertet** werden. Hierzu zählen eine geringe Ladezeit und Datenmenge, eine klare Codestruktur und das Auftauchen relevanter Schlagwörter.

Einige Faktoren sollten Sie bei der Erstellung einer Website beachten, um diese möglichst auf den oberen Plätzen der Google-Rangliste zu positionieren.

- 1 Technik**

Eine Website sollte stets auf dem aktuellen Stand der Technik sein. Die angepasste Darstellung auf Mobilgeräten zählt ebenso zu modernen Anforderungen wie eine geringe Ladezeit und die sichere Übermittlung von Daten.
- 2 Keywords**

Sowohl der Name der Domain als auch der Seiteninhalt sollten bestimmte Schlagwörter aufweisen, um von einer Suchmaschine als relevant eingestuft zu werden. Dabei fällt ebenfalls die Dichte dieser sogenannten Keywords ins Gewicht.
- 3 Seitencode**

Die Seitenstruktur einer Website sollte für Google klar erkennbar sein. Dies bedeutet insbesondere, dass alle Elemente sinngemäß benannt sind und der Seitencode barrierefrei gestaltet ist.
- 4 Links**

Die Linkgestaltung einer Website spielt eine entscheidende Rolle für Suchmaschinen. Neben externen Links, die auf die Seite verweisen, werden auch die Links innerhalb der Seite durchleuchtet. Verweise auf themenfremde Seiten wie auch kaputte Links werden negativ bewertet.
- 5 Inhalt**

Der Inhalt einer Website sollte mit Bedacht gestaltet werden. Doppelungen im Content werden von Google abgestraft und auch die Textlänge entscheidet maßgeblich über die Rankingposition.
- 6 Aktualität**

Eine Website lässt erkennen, wann diese erstellt bzw. aktualisiert wurde. Die regelmäßige Pflege und Erweiterung der Seite ist daher besonders relevant.
- 7 Seeding**

Externe Verlinkungen auf Ihre Seite, sogenannte Backlinks, lassen Ihre Inhalte für Suchmaschinen relevanter erscheinen. Die gezielte Vernetzung mit anderen Unternehmen, Influencern und Redaktionen kann so zu einer deutlich besseren Platzierung in den Ergebnissen der Suchmaschinen führen.

Wir bieten

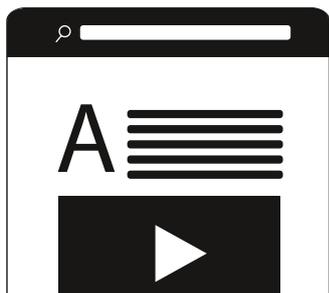
Wir optimieren Ihre Website für Suchmaschinen und machen Ihre Marke im Web sichtbar.

- ✔ Usability-Optimierung
- ✔ Technische Optimierung
- ✔ Keyword-Optimierung
- ✔ Linkoptimierung
- ✔ Schalten von Online-Werbung
- ✔ Codeoptimierung
- ✔ Sichtbarkeit in Suchmaschinen steigern
- ✔ Seeding-Implementierung



Inhalte, die zum Handeln anregen

Content Marketing verstärkt die Aktionsbereitschaft Ihrer Besucher



Inhaltsmarketing (englisch: Content Marketing) ist ein Bereich des Online Marketings und zielt darauf ab, spezielle Zielgruppen mittels relevanter Inhalte zu erreichen. Dabei geht es nicht nur um die Darstellung und Verbreitung der eigenen Marke oder Inhalte, sondern auch um die Gewinnung und Bindung von Kunden oder Abonnenten durch spezielle Marketing-Maßnahmen.

Eine contentoptimierte Website berücksichtigt die Lesegewohnheiten von Internetnutzern und erfüllt deren Bedürfnisse. Der Mehrwert einer Website ergibt sich jedoch nicht nur aus der **Zufriedenstellung der Nutzer**, die sich eine Seite ansehen, sondern vor allem aus deren **Aktionswillen**. Dies kann eine Bestellung in einem Shop, das Abonnieren eines Newsletters oder das Teilen von Inhalten sein. Informativer Inhalt ist demnach nicht gleich **wirkungsvoller Inhalt**.

Eine Website mit ansprechendem Content ist auf den ersten Blick erkennbar:

1

Design mit Konzept

Ein gelungenes Design verfügt über eine einheitliche Farbgebung sowie Schriften und Stilelemente, die der Marke entsprechen und gut zusammenwirken.

2

Menü

Menüs sollten aus Nutzersicht einfach und intuitiv gestaltet sein. Generell gilt: Weniger ist hier mehr.

3

Grafische Elemente

Eine klare Bildsprache, aussagekräftige Grafiken und Bewegtbild veranschaulichen Texte und lockern diese auf. Internetnutzer reagieren vor allem auf visuelle Elemente, die dabei helfen, Inhalte schneller zu erfassen. So werden zum Beispiel kurze Videosequenzen für eine schnelle Informationsaufnahme zunehmend relevanter.

4

Struktur

Eine eindeutige Strukturierung der Seite in Überschriften, Paragraphen und Listen ist für die Besucher Ihrer Seite besonders wertvoll, da Inhalte so schneller überflogen werden können.

5

Inhalte

Die Aufmerksamkeitsspanne von Internetnutzern ist relativ kurz. Generell sollten Inhalte kompakt gestaltet sein und zum Lesen einladen. Die meisten Besucher scannen eine Seite lediglich und machen sich innerhalb weniger Sekunden ein Bild von den Inhalten. Wichtige Schlagworte sollten daher sofort erfasst werden können. Doppelungen von Textpassagen sind zu vermeiden.

6

Anregung

Elemente, die zur Kontaktaufnahme, zum Kauf oder Teilen von Inhalten anregen, sollten sinnvoll platziert werden, um die Aktionsfreudigkeit der Nutzer zu steigern. Auch die gezielte Verlinkung von Unterseiten dient dazu, Besucher zu vermehrtem Stöbern auf einer Website zu animieren.

7

Kundenbindung

Newsletter gelten als ideales Marketing-Werkzeug, um Bestandskunden regelmäßig auf relevante Infos und Angebote aufmerksam zu machen. Damit wird eine Marke erneut ins Gedächtnis gerufen und eine persönlichere Bindung zu den Kunden etabliert.

8

Netzwerken

Externe Erwähnungen Ihrer Seite sorgen für Aufmerksamkeit und locken neue Besucher an. Die gezielte Vernetzung mit anderen Unternehmen, Influencern und Redaktionen kann zu einer verbesserten Markenbekanntheit führen und eine wichtige Werbebotschaft tragen.

Wir bieten

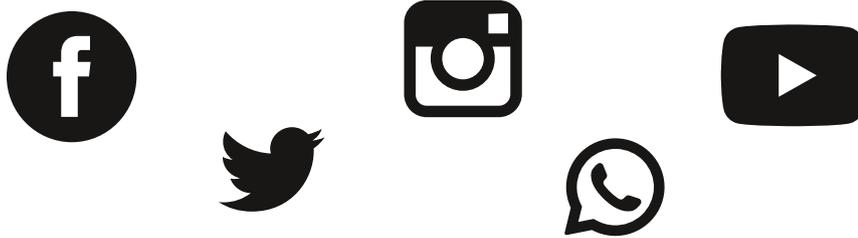
Wir übernehmen die Kommunikation Ihrer Marke im Web und verhelfen Ihrem Auftritt dazu, sein volles Potenzial zu entfalten.

- ✔ Newsletter-Marketing
- ✔ Online-Redaktion
- ✔ Conversion-Optimierung
- ✔ Verbesserung der Lesbarkeit für Online-Medium
- ✔ Bildoptimierungen
- ✔ Umsetzung einheitlicher Markenkommunikation



Online Netzwerken: Eine effektive Steigerung Ihrer Reichweite

So erreichen Sie Ihre Kunden in den Sozialen Medien



Große wie kleine Unternehmen profitieren davon, sich in Sozialen Netzwerken zu präsentieren, denn es gilt: Dort halten sich Ihre Kunden auf. Um sich auf den sozialen Plattformen aus der Masse an Marken hervorzuheben, ist eine Werbestrategie unerlässlich. **Social Media Marketing** bezeichnet einen Zweig des Online Marketings, der sich mit der Kommunikation und Verbreitung von Inhalten verschiedener Marken und Unternehmen in Sozialen Medien befasst. Dabei stehen neben der Interaktion mit Nutzern auch die Generierung von Abonnenten, Kunden und Websitebesuchern im Vordergrund. Die Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern und Influencern, die Ihre Inhalte teilen oder bewerben, kann dabei besonders wertvoll sein.

Unter sozialen Medien versteht man digitale Plattformen, die zur **Kommunikation und Vernetzung** von Nutzern dienen. Zu den beliebtesten Medienkanälen in Deutschland zählen Facebook, YouTube, Instagram, Twitter und WhatsApp, die jeweils unterschiedlichen Mehrwert für die Nutzer bieten. Während YouTube eine Videoplattform darstellt, dient Instagram vor allem als Medium für Bilder und WhatsApp als Nachrichtendienst. Nicht jede Plattform ist auch für jede Strategie und Zielsetzung geeignet. Die **gezielte Auswahl der Kanäle** für die Vorhaben eines Unternehmens ist daher wesentlich.

Eine gelungene Präsenz auf Social Media-Plattformen zeichnet sich durch bestimmte Kriterien aus:

1

Aktivität

Haben Sie Freude am Teilen von spannenden Angeboten, Inhalten und Geschichten aus Ihrem Unternehmensalltag! Eine rege Aktivität erhöht auch die Wahrscheinlichkeit, die Teilnahmebereitschaft Ihrer Abonnenten anzuregen. Die täglichen Zeiten für Postings sollten dabei gut abwägt werden, um Ihre Zielgruppe bestmöglich zu erreichen.

2

Inhalte

Setzen Sie auf emotionale und originelle Inhalte! In den Sozialen Medien ist es besonders wichtig, Menschen zu berühren und persönlich anzusprechen. So erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Inhalte geteilt oder gemocht werden. Dabei sollte die Relevanz und Aktualität der Inhalte stets im Vordergrund stehen.

3

Bewegung

Die meisten Unternehmen träumen von einem echten Posting-Hit. Inhalte mit „viralem“ Potenzial werden besonders gerne geteilt und können die Bekanntheit einer Marke über Nacht deutlich steigern. Auch Aktionen wie Verlosungen, Gewinnspiele oder Umfragen erhöhen die Aktionsbereitschaft von Social Media Nutzern und locken neue Interessenten an.

4

Interaktion

Soziale Medien leben vom Austausch zwischen den Nutzern. Zeigen Sie als Unternehmen Interaktionsfreudigkeit, indem Sie auf Rückfragen in den Kommentaren oder Nachrichten eingehen! Ihre Souveränität und Reaktionszeit können dabei entscheidend sein.

5

Vernetzung

Ihre Marke profitiert vor allem dann von Sozialen Medien, wenn Sie ein solides Netzwerk aufbauen. Gewinnen Sie ausgewählte Kooperationspartner, die Ihre Inhalte teilen und bewerben. Umgekehrt kann auch Ihr Unternehmen davon profitieren, Solidarität mit einem Partner zu zeigen.

6

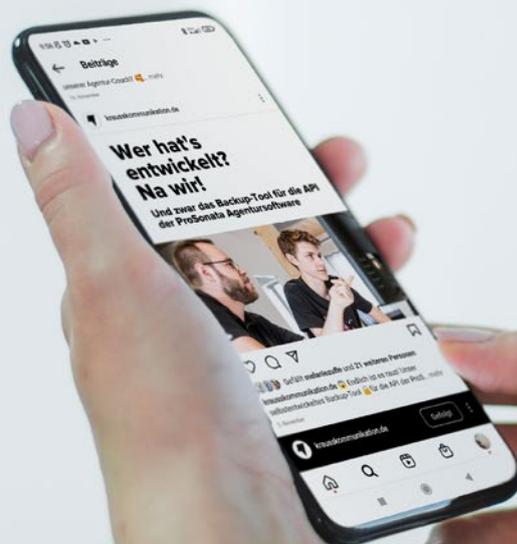
Kundenbindung

Bleiben Sie Ihren Kunden im Gedächtnis! Je häufiger Ihre Abonnenten von Ihnen hören und lesen, desto persönlicher wird ihr Bezug zu Ihrer Marke werden.

Wir bieten

Wir verhelfen Ihrem Unternehmen zu einem glänzenden Auftritt in den Sozialen Medien und halten Ihre Abonnenten stets auf dem neuesten Stand.

- ✓ Erstellung von Social Media-Accounts
- ✓ Contentstrategie
- ✓ Inhaltliche Pflege
- ✓ Community-Management
- ✓ Platzierung von Werbung
- ✓ Ausrichten von Werbeaktionen
- ✓ Berücksichtigung rechtlicher Vorgaben
- ✓ Support



Erfolge auswerten, Einsichten gewinnen

Die Analyse Ihrer Aktivitäten als Schlüssel zum Erfolg

Im Vergleich zum klassischen Marketing lassen sich Online Marketing-Maßnahmen deutlich besser **messen und steuern**. Somit können Ziele präzise gesteckt und verfolgt werden. Mithilfe verschiedener Analysedaten dieser Maßnahmen lernen Unternehmen das **Verhalten der eigenen Kundengruppen** besser

kennen und können **Aktivitäten genauer auf diese abstimmen**. Die festgelegten Ziele im Online Marketing können jederzeit ausgewertet und angepasst werden. Gängige Werkzeuge für die Datenanalyse stellen beispielsweise Google Analytics oder Matomo dar.

Unterschieden wird bei diesen Analysedaten zwischen vier Bereichen, die jeweils einen unterschiedlichen Fokus aufweisen.



Wir bieten

Wir behalten den Erfolg Ihrer Website im Blick und liefern Ihnen in regelmäßigen Abständen die neuesten Kennzahlen und Daten. Gerne sind wir Ihnen bei der Interpretation der Analysedaten behilflich.

✔ Suchanfragen

✔ Absprungrate

✔ Conversions

✔ Auswertung der Interaktion

✔ Besucherzahlen

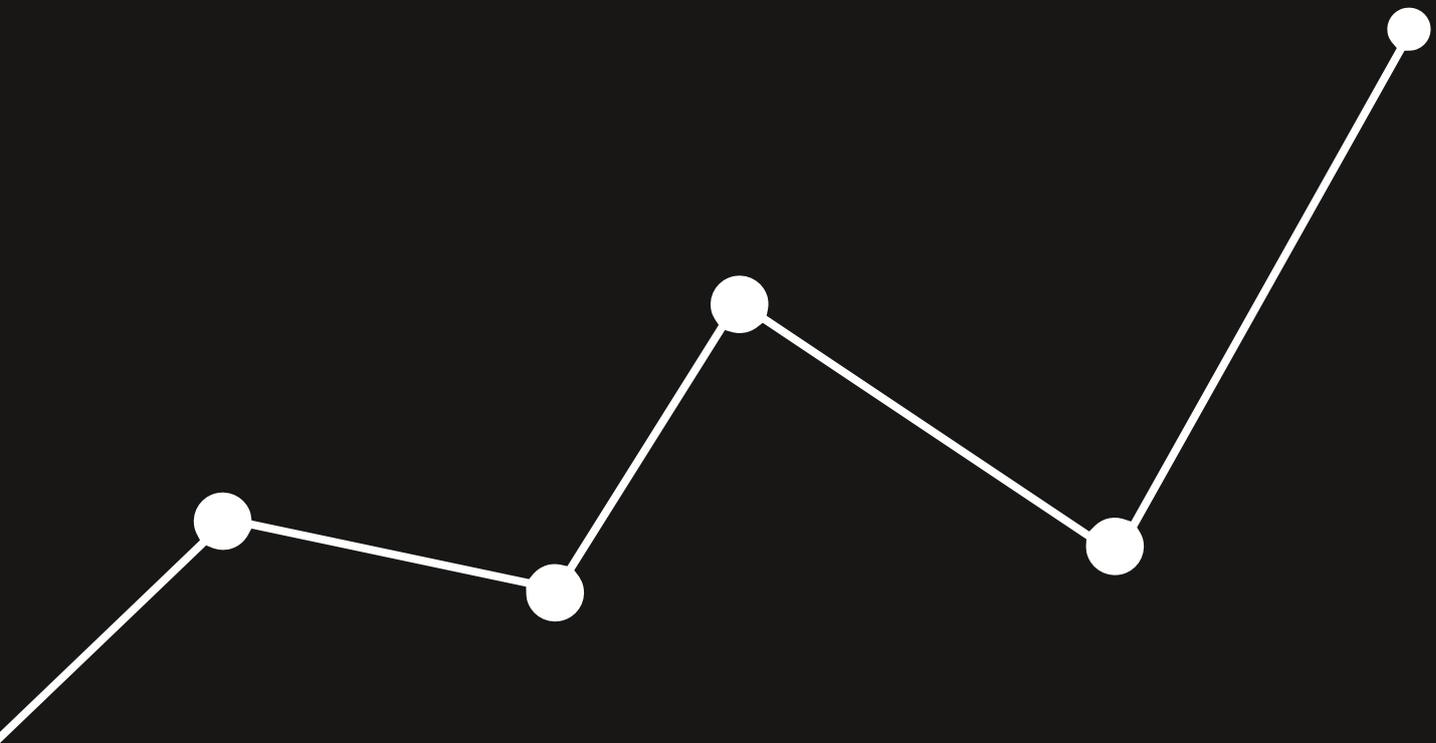
✔ Customer Journey

✔ Anzahl der Erwähnungen

✔ Zielgruppendaten

✔ Verweildauer

✔ Interpretation der Analyse





Noch Fragen?

Wir sind gerne für Sie da!

Krauss Kommunikation GmbH

Maicostraße 8

71083 Herrenberg

07032 289940

info@krausskommunikation.de

