

# Online-Marketing Strategie Canvas V 1.1

<p><b>IST Situation</b></p> <p>Welche Kanäle nutzt du bisher? Welche Tätigkeiten setzt du um und was wurde bisher gemacht im Online-Marketing?</p>	<p><b>Markt Situation</b></p> <p>Wie sieht der Markt aus? Gibt es Eingrenzungen durch Gesetze, oder äußere Einflüsse?</p>	<p style="text-align: right;">Analysephase</p> <p><b>Mitbewerber</b></p> <p>Definiere und untersuche deine Mitbewerber. Welche Kanäle nutzen diese, wie kommunizieren diese, welche Preispolitik wird verfolgt? Wie sind die Kennzahlen in den jeweiligen Bereichen? Mit welchen Keywords werden deine Mitbewerber gefunden?</p>
<p><b>Zielgruppen</b></p> <p>Wer sind deine Zielgruppen? Welchen Bedarf haben diese? Definiere deine Zielgruppen in Form von Personas.</p>	<p><b>Leistungen &amp; Produkte</b></p> <p>Welche Leistungen/Produkte benötigt deine Zielgruppe? Mit welcher Lösung kannst du deren Probleme lösen und den Bedarf befriedigen?</p>	<p style="text-align: right;">Definitionsphase</p> <p><b>Ziele (SMART)</b></p> <p>Definiere die Ziele im Online-Marketing, von deinen Unternehmenszielen abgeleitet. Alle Ziele mit Kennzahlen versehen für die unterschiedlichen Kanäle. Ziele können sein: Mitarbeiter gewinnen, Produkte verkaufen, Neukunden generieren.</p>
<p><b>Kommunikation</b></p> <p>Wie kommunizierst du mit deiner Zielgruppe? Über welche Botschaften, in welcher Art?</p>	<p><b>Kanäle</b></p> <p>Definiere hier die wichtigsten Kanäle um deine Zielgruppe zu erreichen. Für jeden Kanal kannst du auch die KPIs zuweisen. z.B. Conversion Rate Erhöhung über Facebook Ads, LinkedIn Reichweite in der Zielgruppe ausbauen, Anzahl der Leads auf der Website steigern. Keywordplatzierung in den Top 10 bei Google.de.</p>	<p><b>Ressourcen &amp; Zeitplanung</b></p> <p>Mit welchem Team kannst du die Ziele in den Kanälen erreichen? Wen brauchst du intern und extern. Was kannst du alleine umsetzen und wo benötigst du Experten? Mit welchem Budget arbeitest du und in welcher Zeit möchtest du die Ziele erreichen?</p>