



Erfolgsbausteine im Online-Marketing Schulungsthemen

cki.kommunikationsmanagement

Dr. Sabine Holicki

Online-Marketing – worum es geht

Das Internet ist zur Selbstverständlichkeit geworden. Entsprechend hoch sind die Anforderungen an die Online-Aktivitäten jedes Unternehmens, egal welcher Größenordnung. Doch Online-Marketing ist ein weites Feld, das u. a. die Webseitengestaltung, Suchmaschinen-Marketing, E-Mail-Marketing oder Social Media umfasst. Es erfordert Aufwand und Know-how, bietet aber auch faszinierende Chancen für Marketing, Vertrieb und Kundenkommunikation.

Das Schulungsangebot von cki.kommunikationsmanagement vermittelt einen fundierten Überblick und das notwendige Verständnis, um diese Instrumente erfolgreich einzusetzen. Wir arbeiten mit anschaulichen Fallbeispielen, machen Online-Strategien nachvollziehbar, zeigen Plattformen und Maßnahmen in der Praxis und geben den Teilnehmern reichlich Gelegenheit, das Erlernete selbst auszuprobieren.

Überblicksseminar Online-Marketing

In diesem ganztägigen Überblicks-Seminar werden drei wichtige Instrumente behandelt: Die eigene Webseite, Suchmaschinenmarketing und Social-Media-Marketing. Anhand von anschaulichen Fallbeispielen und praxisorientierten Checklisten werden die Erfolgsfaktoren des Online-Marketings für Einzel- und Kleinunternehmen erläutert und diskutiert:

Die eigene Webseite

- § Was eine Webseite leisten kann
- § Schnittstelle zum E-Mail-Marketing: Lead-Generierung
- § Wie man die Nutzerfreundlichkeit sicherstellt: Usability
- § Wie man den Erfolg der Webseite überprüft: Google Analytics

Suchmaschinenmarketing

- § Suchmaschinenoptimierung (SEO): Damit die Webseite in Suchmaschinen besser gefunden wird
- § Suchmaschinenwerbung: Wie Google AdWords funktioniert und was man damit erreichen kann

Social-Media-Marketing

- § XING, Facebook, Twitter & Co.: Überblick über die wichtigsten Social-Media-Plattformen
- § Erfolgsfaktoren: Spielregeln für das Marketing im sozialen Internet
- § Best Practice: Wie Unternehmen (groß/klein, b2c/b2b) in sozialen Netzwerken agieren
- § Eigene Strategie: Social-Media-Ziele, Themen und Inhalte, Kontaktaufbau, Ressourcen usw.

Überblicksseminar Social Media Marketing

Soziale Netzwerke und Web 2.0 werden für das Marketing immer wichtiger. Um sie erfolgreich einzusetzen, muss man die Spielregeln, Erfolgsfaktoren und Fallstricke verstehen. In diesem Schwerpunkt-Seminar erhalten die Teilnehmer/innen einen gründlichen Überblick, lernen anhand markanter Fallbeispiele, wie man vorgehen kann, und bekommen Praxisanleitungen, um selbst sofort loszulegen.

Überblick, Strategien, Erfolgsfaktoren

- § Weshalb wir Social Media nicht ignorieren können
- § Chancen und Risiken – worauf man achten muss
- § Social Selling – das Geheimnis des Social Media Erfolgs
- § Fallbeispiele b2c/b2b, große/kleine Unternehmen
- § Strategische und praktische Erkenntnisse

Praxiseinblick in die wichtigsten Plattformen

- § Facebook – Auftritte für Unternehmen
- § XING/LinkedIn –Business-Netzwerke gekonnt nutzen
- § Twitter – mehr als nur Geschnatter
- § YouTube – mit Videos professionell punkten

Die eigene Social-Media-Strategie

- § Ziele setzen, Vorgehen planen
- § Welche Plattform passt zu den eigenen Zielgruppen und Zielen?
- § Netzwerke aufbauen und pflegen
- § Know-how und Ressourcen

Schulung E-Mail-Marketing

E-Mails und Newsletter sind nach wie vor erfolgreiche Marketing- und Verkaufsinstrumente. Sie können als eigenständige Kampagnenkanäle oder als perfekte Ergänzung anderer Online-Marketing-Maßnahmen eingesetzt werden. Die rechtlichen Hürden, wen man per Mailing anschreiben darf, sind in Deutschland allerdings sehr hoch. Die Teilnehmer/innen dieser Schulung erfahren, worauf es bei der Konzeption, der Gestaltung und dem Versand von Mailings ankommt, und erhalten praxistaugliche Checklisten für die eigene Arbeit.

- § Überblick: Erfolgsfaktoren im E-Mail-Marketing
- § Adressen: Rechtliche Vorgaben, Weg zur Adressgenerierung
- § Gestaltung: Worauf es bei Inhalt und Gestaltung von Mailings ankommt
- § Landing Pages: Abstimmung zwischen Mailing und Zielseite
- § Versand: „Zu Fuß“ oder Profi-Versandlösung? Praxistaugliche Mailingsysteme
- § Praxisbeispiel: Die Mailingsysteme „Cleverreach“ und „MailChimp“
- § Controlling: Methoden für Erfolgstracking und ROI-Berechnung
- § Vernetzung mit anderen Maßnahmen: Cross-Media-Marketing

Schulung Facebook für Unternehmen

Anwenderschulung Facebook für Marketing, Vertrieb und Unternehmenskommunikation

- § Überblick: Social Media und ihre Bedeutung für das Marketing
- § Marketingstrategien in Facebook: Fallbeispiele, Best Practice
- § Facebook-Praxis 1: Profile, Seiten, Gruppen, Anwendungen
- § Facebook-Praxis 2: Datenschutz und Datensicherheit, Einstellungen, Risikoversorge
- § Facebook-Praxis 3: Maßnahmen zur Reichweiten- und Fansteigerung, Community Management
- § Facebook-Praxis 4: Facebook-Werbung
- § Entwicklung einer Social Media Content-Strategie
- § Vernetzung mit Webseite und anderen Netzen: Social Plugins, Cross-Media-Marketing

Schulung XING professionell nutzen

Anwenderschulung zum Business-Kontakt Netzwerk XING

- § Überblick: Netzwerken und die Rolle sozialer Netzwerke
- § Marketingstrategien in XING: Fallbeispiele, Best Practice
- § XING-Praxis 1: Profil anlegen, Kontakte finden und verwalten
- § XING-Praxis 2: Unternehmensprofile anlegen und gestalten
- § XING-Praxis 3: Gruppen und Events professionell nutzen
- § XING-Praxis 4 (optional): XING für Recruiting und Personalmanagement
- § Vernetzung mit Webseite und anderen Netzen: Social Plugins, Cross-Media-Marketing

Schulung LinkedIn Professional

Anwenderschulung zum Premium-Account von LinkedIn

- § Überblick: Netzwerken und die Rolle sozialer Netzwerke
- § Social Selling: Vorgehensweise, Fallbeispiele, Best Practice
- § LinkedIn-Praxis 1: Profil anlegen, Kontakte finden und verwalten
- § LinkedIn-Praxis 2: Unternehmensprofile anlegen und gestalten
- § LinkedIn-Praxis 3: Advanced Search, Suchaufträge anlegen, Kontaktaufnahme mit InMails
- § LinkedIn-Praxis 4: Gruppen professionell nutzen
- § LinkedIn-Praxis 5 (optional): XING für Recruiting und Personalmanagement
- § Vernetzung mit Webseite und anderen Netzen: Social Plugins, Cross-Media-Marketing

Schulung Corporate Blogging mit Wordpress

Content Marketing: Blogging-Strategie und Anwenderschulung Wordpress

- § Überblick: Die Rolle von Blogs in der Social-Media-Strategie
- § Erfolgreiche Blogs: Fallbeispiele, Best Practice
- § Wordpress-Praxis 1: Blog anlegen, Themes finden, Menüs gestalten
- § Wordpress-Praxis 2: SEO und weitere wichtige Plugins
- § Wordpress-Praxis 3: Themen planen, Inhalte erstellen und vermarkten
- § Wordpress-Praxis 4: Wordpress Advanced – Funktionen für Fortgeschrittene
- § Vernetzung mit Webseite und anderen Netzen: Social Plugins

Schulung Suchmaschinenoptimierung

Anwenderschulung Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- § Überblick: Suchmaschinenoptimierung im Kontext von Online-Marketing
- § SEO on-site: URL, Seitenstruktur, Metatags, Keywords, Texte/Inhalte, interne Linkstruktur, Usability, technische Parameter
- § SEO off-site: Die Funktion von Backlinks, Backlink-Quellen, Backlink-Bewertung, Bedeutung von Social Media für SEO
- § SEO-Praxis: Ranking-Tools, Tools zur Bewertung der Seiten-Performance, Keyword-Analyse, Backlink-Analyse, nützliche Google-Tools
- § SEO-Praxis: Gängige Profi-SEO-Tools
- § Die eigene SEO-Strategie

Schulung Suchmaschinenwerbung Google AdWords

Anwenderschulung Suchmaschinenwerbung mit Google-AdWords

- § Einführung: Suchmaschinenmarketing im Kontext von Online-Marketing
- § Arten von Google Werbung: Textanzeigen, Bannerwerbung, Partnernetzwerk
- § Komponenten von Google-AdWords: Kontenstruktur und Einstellungen
- § Keywords: Gute Keywords finden, bewerten, einrichten
- § Anzeigen: wirksame Anzeigentexte erstellen und kontrollieren
- § Kampagnen: planen, einrichten, aktivieren, überwachen
- § Landing Page: findet der Nutzer, was er sucht und was die Anzeige ihm verspricht?
- § Kostenkontrolle: Stellhebel zur Sicherung der Effizienz einer Kampagne
- § Google Analytics: Schnittstelle zur Erfolgskontrolle

Schulung Webanalyse Google Analytics

Anwenderschulung Webanalyse mit Google-Analytics (Universal Analytics)

- § Einführung in die Web-Analyse: Besucherquellen, Nutzerfreundlichkeit, Konversionsstärke von Webseiten
- § Anwendungsgebiete: Wie Google Analytics spürbar Marketingkosten sparen kann
- § Überblick Google Analytics: Funktionen und Leistungsumfang
- § Komponenten: Konten, Properties, Profile
- § Einfache Datenanalyse: Dashboard, Standardberichte, die wichtigsten Daten
- § Differenzierte Datenanalyse: Ziele, Filter, benutzerdefinierte Berichte
- § Tracking zur Erfolgskontrolle: Suchmaschinenoptimierung, AdWords-Tracking, manuelles Tracking von Kampagnen (z. B. E-Mail-Marketing)
- § Google Analytics im E-Commerce: Konversionsziele und Zielwert, Trichteranalyse, ROI-Analyse

Kontakt

cki.kommunikationsmanagement

Dr. Sabine Holicki

Morschstraße 13

55129 Mainz

Tel. 06131 603100

Fax 06131 603101

E-Mail holicki@cki-km.de

Internet www.cki-kommunikationsmanagement.de

Stand: 05.01.2015