

Online-Marketing für Gründer

Wie Sie im Internet Kunden gewinnen!

Gründertag der IHK Hannover, 5. November 2011

Nadine Rapp



Inhalt

- Wer wir sind und was wir bieten
- Was ist Online-Marketing?
- Die eigene Website
- Suchmaschinen-Marketing
- E-Mail-Marketing
- Social Media Marketing
- Fragen Sie bitte!

Das Beratungszentrum *begin*:

- Start im Jahr 1998
- Ziel: Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen im Internet und E-Business
- IHK-Regionen Hannover und Braunschweig
- 28 regionale Kompetenzzentren
- Mitglied im Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG)



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Unser Angebot für Gründer: www.begin.de

The screenshot shows the homepage of 'begin', the E-Business-Beratungszentrum der IHK Hannover. The page features a navigation menu on the left with categories like SEMINARE, BERATUNG, KNOW-HOW, NACHRICHTEN, IT-DATENBANK, and KONTAKT. The main content area includes a search bar, a featured article titled '„Website-Check: 4x Basiswissen für Web-Verantwortliche“', a section for 'E-Business-Merkblätter', and a 'Termine' (Events) section at the bottom. The 'Termine' section lists four events: 'Seminar: Website-Check: 4x Basiswissen für Web-Verantwortliche' (03. November 2011), 'Seminar: Bloggen für Unternehmer' (07. November 2011), 'Seminar: Besser Texten fürs Web und Social Media' (10. November 2011), and 'Veranstaltung: E-Business-Tag 2011' (11. November 2011). Each event has a 'DETAILS' button below it.

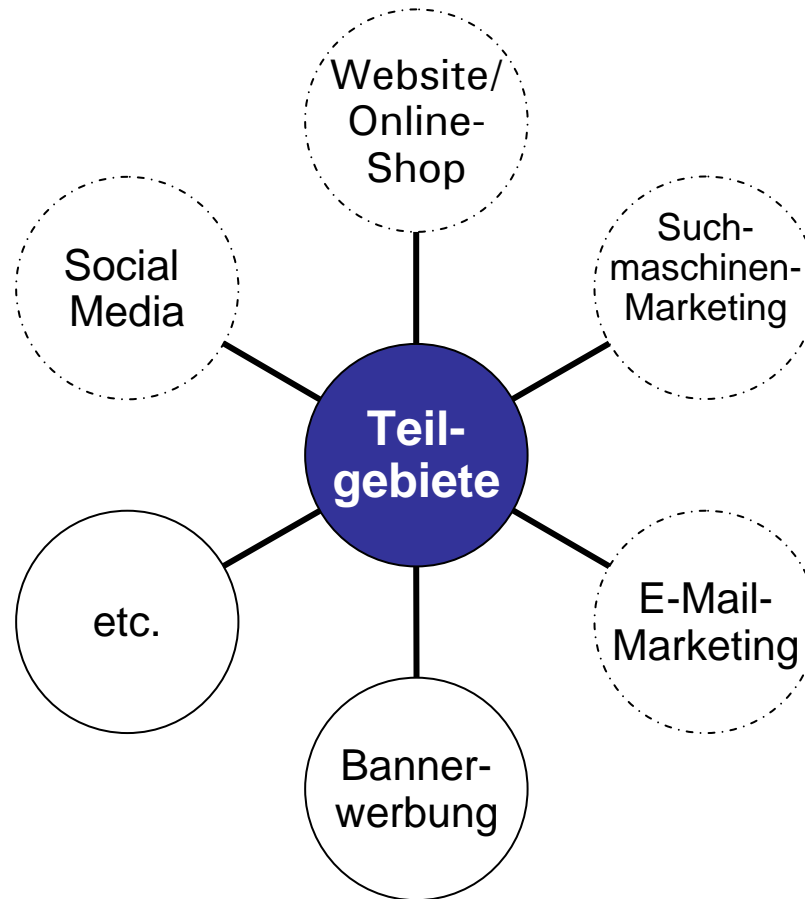
Seminare und Workshops

Individuelle Beratung

Merkblätter und Praxistipps

IT-Datenbank

Was ist Online-Marketing?



Die eigene Website

- Online-Visitenkarte des Unternehmens
- Darstellung der Dienstleistungen und Produkte
- Verkaufskanal über integrierte Online-Shops, Buchungssysteme etc.

→ **Zentraler Bestandteil des Online-Marketing!**

Tipp: IHK-Merkblatt „10 Tipps rund um die Website“, siehe URL:
<http://www.begin.de/know-how/konzeptiongestaltung/uebersichtenchecklisten/10-tipps-fuer-die-website-ein-merkblatt-informiert.html>

- Gezielte Kundenansprache auf der Startseite:
 - **Wer** bietet **was** für **wen wo** an?
 - Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal?
 - Interesse wecken

 - Unternehmen vorstellen
 - Referenzen angeben
 - Kontaktaufnahme erleichtern!
- **Kundenbindung durch Aktuelles, Newsletter und Service**

- Nutzerfreundliche Struktur und Navigation
→ Usability als Ziel
 - Einheitliche Bildsprache
 - Text und Bild aufeinander abstimmen
 - Analyse der Webstatistik (Webcontrolling)
- Ständige Weiterentwicklung / Betrieb der Website als Prozess**

„Ausgezeichnete“ Beispiele




The screenshot shows the homepage of hellblaurosa. At the top, there is a search bar and navigation links for 'WARENKORB' and 'Mein Konto'. The main navigation menu includes 'HOME', 'MÄRKEN', 'BABYKLEIDUNG', 'KINDERMODE', 'WICKELTASCHE', 'BETTWÄSCHE', 'ZU HAUSE', 'UNTERWEGS', and 'GESCHENKE'. A central banner features a photo of two young girls and a collage of brand logos including MUY MALO, GUESS, RETOUR, MOB, jowles, eternal creation, and others. Below the banner, three clothing items (a light blue shirt, a pair of dark socks, and a purple dress) are displayed with 'NEU' tags. A sidebar on the left lists various services like 'Aktuelles', 'Newsletter', and 'Über uns'. At the bottom, there is a customer rating of 4.9/5 and a 'alles bestens' status.

Online-Shop: www.hellblaurosa.de



The screenshot shows the homepage of coffee-bike.de. The header includes the website name and the tagline 'Kaffeespezialitäten zum Verlieben'. A navigation menu contains 'Aktuelles', 'Wir über uns', 'Das Coffee-Bike', 'Buchen', 'Partner werden', and 'Online Shop'. The main content area features a large image of a coffee machine and a cup. Below this, there are two sections: 'Via Twitter' and 'Via Facebook', each displaying recent social media posts with dates and content.

Website: www.coffee-bike.de

Suchmaschinen-Marketing

- Rund 51,23 Mio. Internetnutzer in Deutschland (über 14 Jahren)*
 - 83 % der Internetnutzer recherchieren über Suchmaschinen / Webportale
 - Wird immer mehr zum wichtigsten Kanal im Online-Marketing
- ➔ Riesiges Potenzial, aber auch große Konkurrenz**

* AGOF Internet facts 2011-06

Marktanteil: Google herausragend



Quelle: www.webhits.de

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

→ Ziel: Top-Ranking in einer Suchmaschine

Suchmaschinenwerbung (SEA)

→ Ziel: Kundenansprache über Textanzeigen

→ z. B. Google Adwords, Microsoft Advertising (bing)

Top Ranking bei SEO

- erfordert längeren Atem, kurzfristiger Erfolg kaum möglich
- Maßnahmen: Domain, Title-Tag, Text etc.
- Flash, Bilder ohne Text vermeiden
- Wichtig: Interne und externe Verlinkung

Vorgehensweise:

- Keyword-Recherche und -Auswahl
- Optimierung der Website
- Seite bei Suchmaschinen anmelden

Kunden gewinnen über Suchmaschinenwerbung

- Entscheidend auch hier: Keyword-Auswahl
- Vorteile:
 - ➔ Flexibel und schnell einsetzbar
 - ➔ Budgetkontrolle über erfolgsabhängige Abrechnung
 - ➔ Für Gründer ein Weg schneller im Internet bekannt zu werden

E-Mail-Marketing

Kostengünstiges Instrument zur direkten Kundenansprache

Formen:

- ➔ Direkt-Mailing
- ➔ Newsletter

Tipp: IHK-Merkblatt „E-Mail-Newsletter“,
siehe URL:
http://www.begin.de/uploads/media/Merkblatt_IHK_Hannover_E-Mail-Newsletter.pdf

Woher kommen die Adressen für E-Mail-Marketing?

- ➔ Aufbau eines eigenen Adress-Stamms
(Kunden, Newsletter-Abo)

Aber: Einverständnis des Empfängers ist Voraussetzung

Social Media



Was ist Social Media?

twitter



XING

flickr



You Tube



*QYPE
FIND IT. SHARE IT.



facebook

Was ist daran so besonders?

Hype oder nicht? Zahlen und Fakten

- ➔ DE: 21,63 Mio. Facebook-Nutzer
(Oktober 2011, Quelle: www.futurebiz.de)
- ➔ Soziale Medien gerade bei jungen Nutzern beliebt

Die „Macht“ der sozialen Medien

- ➔ Empfehlungen anderer beeinflussen das Kaufverhalten erheblich
- ➔ Vorsicht bei rechtlichen Schritten

Bevor Sie loslegen...



Foto: panthermedia

Definieren Sie eine Social Media Strategie!

- Was will ich erreichen?
- Wo ist meine Zielgruppe unterwegs?
- Wie intensiv will ich Social Media nutzen?

Stellen Sie Nutzungsrichtlinien auf!

- Sicherheit

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Nadine Rapp, Tel. 0511/3107-506,
E-Mail: rapp@hannover.ihk.de

www.begin.de