



# Christian Beeking

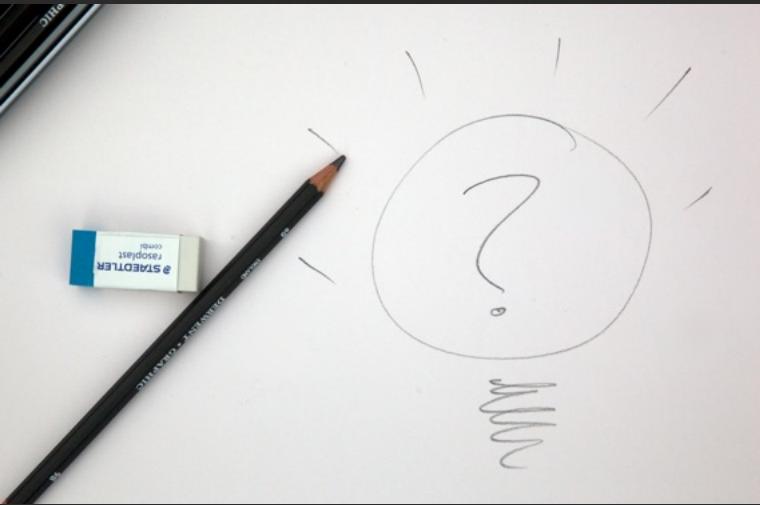


<https://cloudginny.com/de>  
Gründer und Online-Marketing-Experte

# Unser Ziel für heute



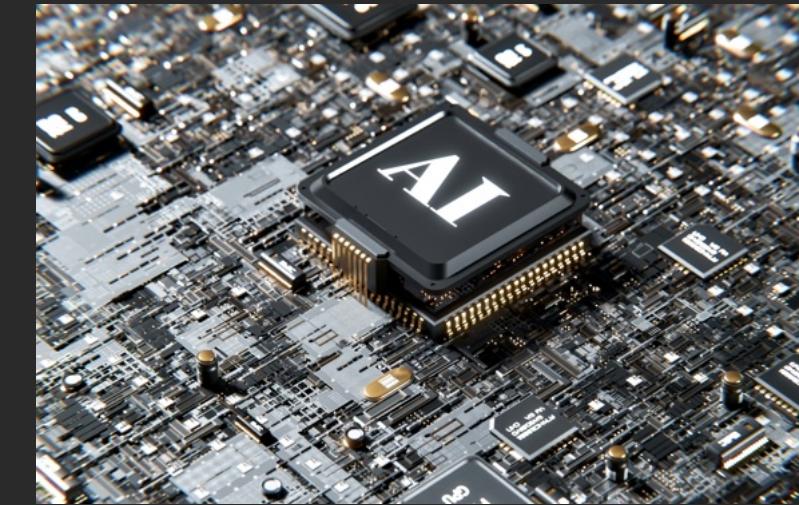
BASICS



STRATEGIE



AUSFÜHRUNG



WO HILFT KI?

WER HAT SICH SCHON MAL GEDACHT

“Unsere Website müsste man eigentlich mal neu machen!”

UND ES DANN EIN JAHR LANG NICHT GEMACHT?

# Typische Situation

1. Website da, aber veraltet
2. Auf Social Media unterwegs aber ohne klaren Plan
3. Keine sauberen Zahlen: Was bringt eigentlich was?
4. Keine klaren Ziele

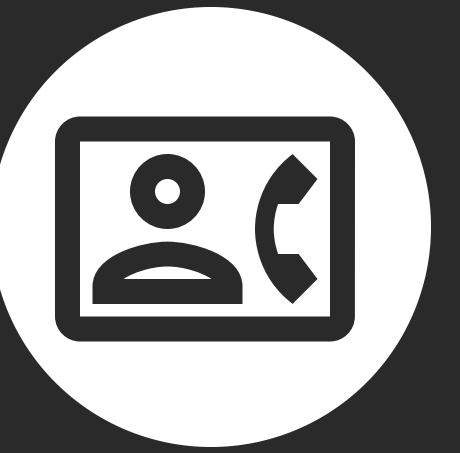
# Online Marketing als System



Gefunden werden



Vertrauen aufbauen



Kontakt generieren



Messen & verbessern

# Digitale Visitenkarte



# Website

1. Kann man die Seite mobil nutzen?
2. Was machen Sie für wen, wo?
3. 1-2 Handlungsaufforderungen

# Website

1. Kann man die Seite mobil nutzen?
2. Was machen Sie für wen, wo?
3. 1-2 Handlungsaufforderungen
4. Kontaktinfos vorhanden, rechtliche Basis vorhanden.

# Website

1. Kann man die Seite mobil nutzen?
2. Was machen Sie für wen, wo?
3. 1-2 Handlungsaufforderungen
4. Kontaktinfos vorhanden, rechtliche Basis vorhanden.
5. Sind Ladezeiten ok? Hier checken:  
<https://pagespeed.web.dev>

# Website

1. Kann man die Seite mobil nutzen?
2. Was machen Sie für wen, wo?
3. 1-2 Handlungsaufforderungen
4. Kontaktinfos vorhanden, rechtliche Basis vorhanden.
5. Sind Ladezeiten ok? Hier checken:  
<https://pagespeed.web.dev>
6. Gibt es ein Trackingtool?

# Google-Business-Profil

Vollständige Stammdaten  
(Kategorie, Öffnungszeiten,  
Kontaktdaten)

# Google-Business-Profil

Alle Services markiert und  
ausgefüllt

# Google-Business-Profil

Fotos/Videos die Vertrauen  
schaffen

# Google-Business-Profil

Aktive Pflege von Bewertungen

# Auf welchen Kanal fokussiere ich mich?



# Beispiel: B2B Dienstleistung - IT-Beratung



1. WEBSITE

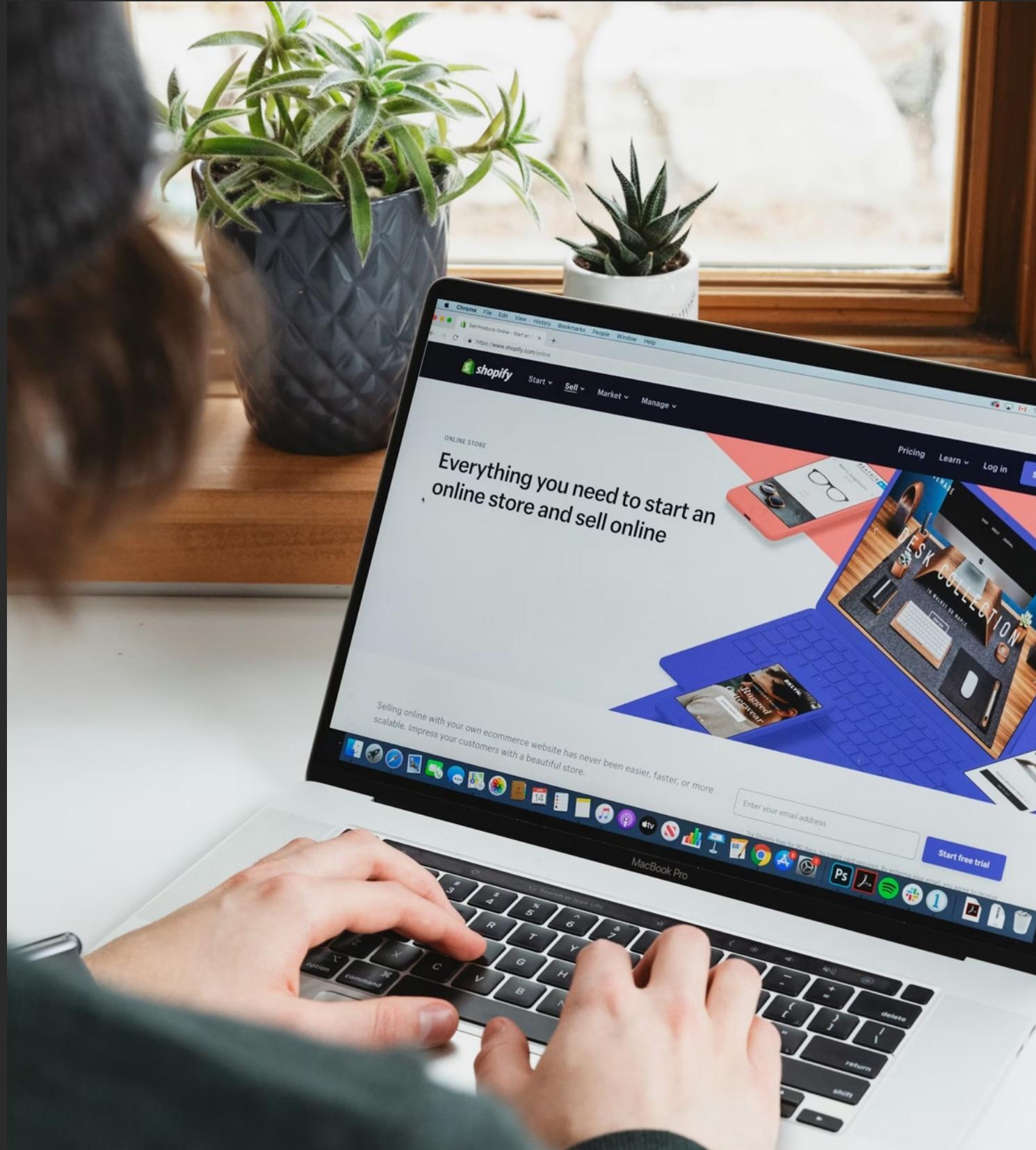
2. GOOGLE SUCHE

# Beispiel: Lokale Dienstleistung – Handwerker, Zahnarzt



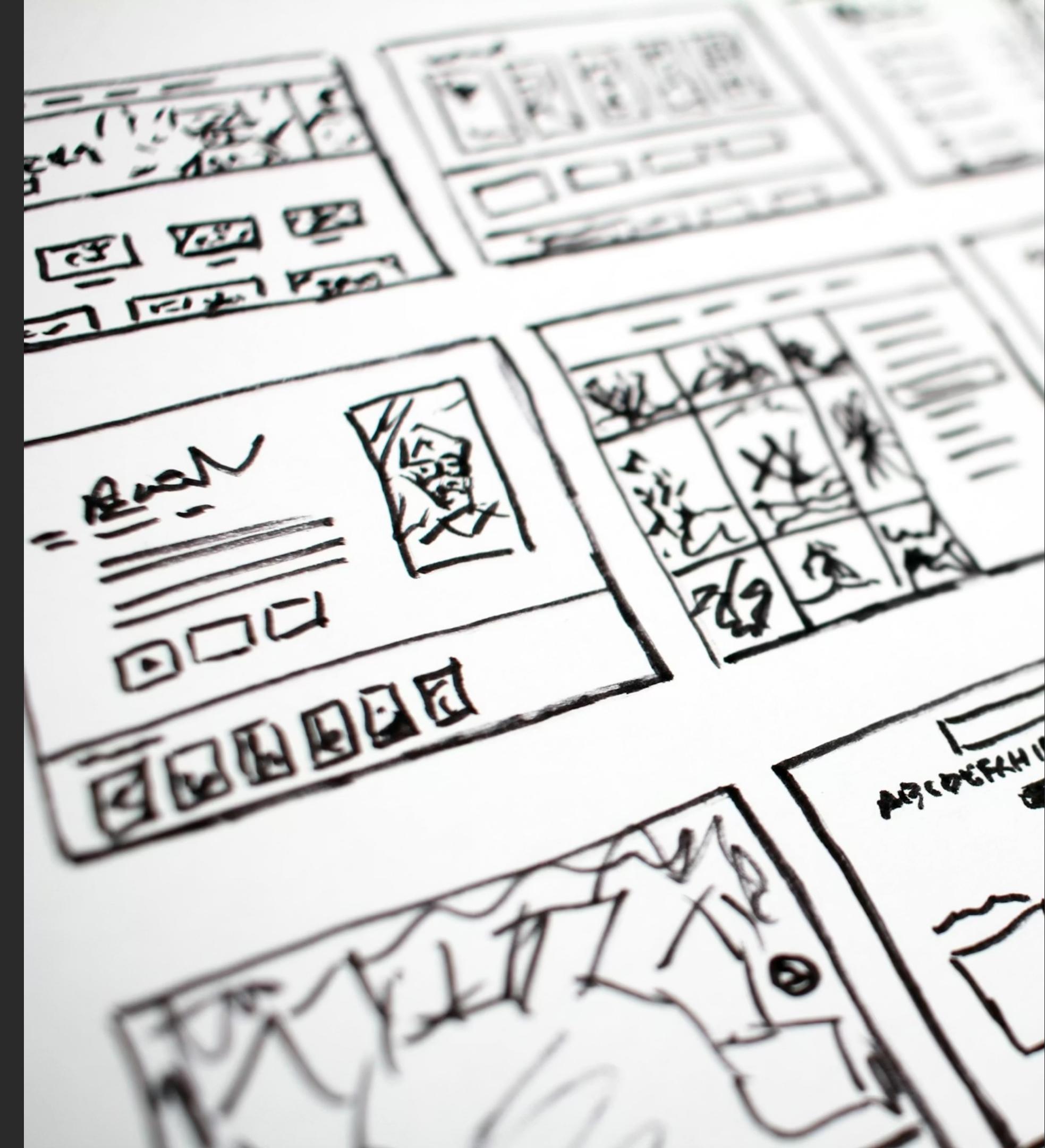
1. WEBSITE
2. GOOGLE SUCHE

# Beispiel: Produkte / E-Commerce

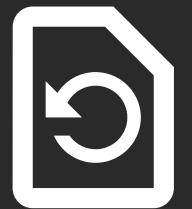


- 1. WEBSITE/SHOP**
  
- 2. GOOGLE ADS  
(PMAX/SHOPPING)  
SOCIAL MEDIA**

# 90-Tage-Plan



# Woche 1-2



WEBSITE-QUICK-CHECK



GOOGLE BUSINESS PROFILE / LINKEDIN



KUNDENANFRAGEN AUSWERTEN



TRACKING IMPLEMENTIEREN

# Woche 3-6

Inhalte erstellen

# Woche 3–6

Vertrauen gewinnen

# Woche 3–6

Verstehen & messen

# Woche 7-12

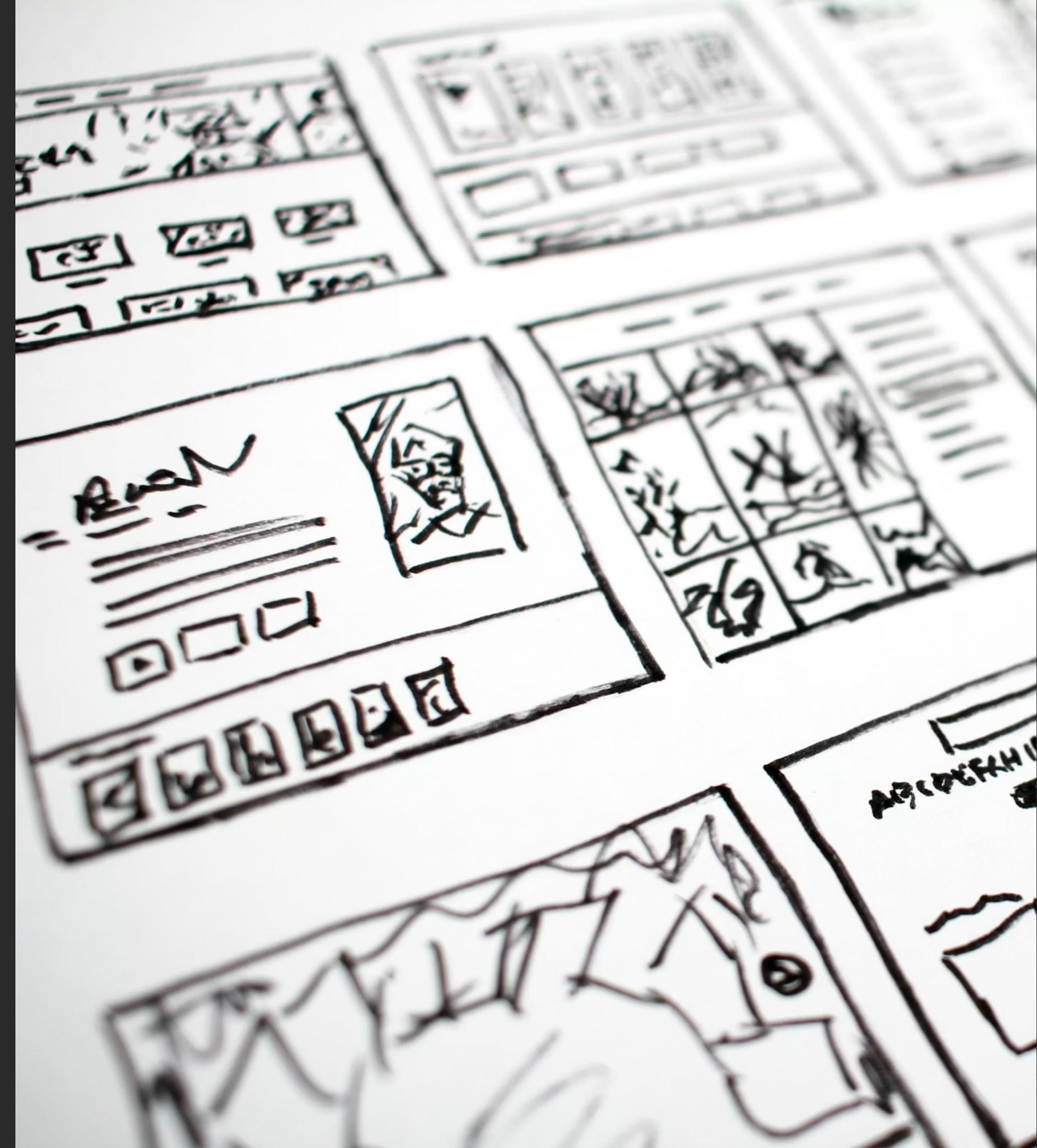
Kontrollierter Test mit Google Ads  
oder Social Ads (Meta, LinkedIn)



# Woche 7-12

1. Budget klar begrenzt
2. Erfolgskriterium: Wie viele Anfragen / Kontakte?
3. Passt die Qualität
4. Was kostet mich eine Anfrage ungefähr?

# Die richtigen Kennzahlen



# Was Sie wirklich im Blick haben sollten



Website-Besucher



Abschlüsse



Neukunden



Kosten

Wie nutze ich dafür KI?

# Assistent statt Autopilot

## TEXTE & IDEEN

- Website-Texte
- Social Posts
- Newsletter (+HTML)
- KI liefert Inspiration, Mensch verfeinert

## INHALTE STRUKTURIEREN

- FAQs, Ratgeber, Landing pages gliedern
- Überschriften & Abschnitte

## AUSWERTUNGEN & REPORTS

- Kampagnen-Ergebnisse in Klartext
- Kurze Zusammenfassungen für Geschäftsführung
- Learnings & nächste Schritte

## ADS VORBEREITEN

- Anzeigenentwürfe, Keyword-Ideen
- Zielgruppen & Textvorschläge
- Anleitung

Womit wir jetzt starten!



# Die wichtigsten Punkte in 60 Sekunden

1. Erst Basis fixen: Website + Unternehmensprofil (Google Business Profile ggf. LinkedIn)
2. Die richtigen Kanäle wählen je nach Geschäftsmodell
3. Mit einem 90-Tage-Plan starten statt "irgendwann"
4. KI nutzen, um schneller zu werden, nicht um das Denken abzugeben

# Nächste Schritte

1. Eine konkrete Baustelle angehen innerhalb der nächsten 7 Tage
2. Hauptkanal für die nächsten 90 Tage schriftlich festlegen
3. An Zielen und Messbarkeit (Tracking Tool) arbeiten
4. Erste Tests mit einem KI-Tool für Texte, Auswertungen oder Anleitungen

Bei Fragen melden und  
gerne auf LinkedIn  
vernetzen



Kontaktinformationen  
**CHRISTIAN BEEKING**

LinkedIn  
<https://www.linkedin.com/in/christian-beeking/>

E-MAIL  
**CBEEKING@CLOUDGINNY.COM**

## Bildnachweise

Sofern nicht anders angegeben, stammen die in dieser Präsentation verwendeten Fotografien von **Unsplash** ([unsplash.com](https://unsplash.com)). Ein herzlicher Dank geht an die Community der Fotografen für die Bereitstellung ihrer Werke unter der Unsplash-Lizenz.