

Online- Marketing

Der Fahrplan für Ihren Erfolg



Florian J. Werner

- 35 Jahre
- Staatlich geprüfter **Mediengestalter digital**
- **Ausbilder** für Mediengestaltung
- Mitglied im **IHK Prüfungsausschuss** für Mediengestalter
- Ausbilder für **Fachinformatik** (Anwendungsentwicklung)
- Dozent für **Medien- und Kommunikationswissenschaften** an der IU München
- Leidenschaftlicher “Werber“ **seit 14 Jahren**
- Seit 13 Jahren **Geschäftsführer** von drei Agenturen



MORE. | THE MARKETING DEPARTMENT

- **Boutique Dienstleister** für aktuell 8 Kunden
- Wir sind keine Agentur, sondern eine **externe** Marketingabteilung
- Wir arbeiten nicht Projektbasiert, sondern übernehmen das **gesamte Marketing** unserer Kunden
- Fokus auf kleine und **mittelständische** Unternehmen

MORE. digital

- Entstand aus dem hohen **Automatisierungsanspruch** der MORE.marketing
- Wir **automatisieren** bei unseren Kunden Prozesse
- Führen **CRM Systeme** ein
- Führen **Cloud-Technologien** ein





Online- Marketing

Was ist das eigentlich?

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH

VIDEOMARKETING

SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG (SEO)

BLOG

REMARKETING

SUCHMASCHINENWERBUNG (SEA)

APPS

WEBAPPS

E-MAIL-MARKETING

SOZIALE NETZWERKE

WEBSITE

E-COMMERCE

CRM

PORTALE

CHATS

SCHNITTSTELLEN

DISPLAY-ADS

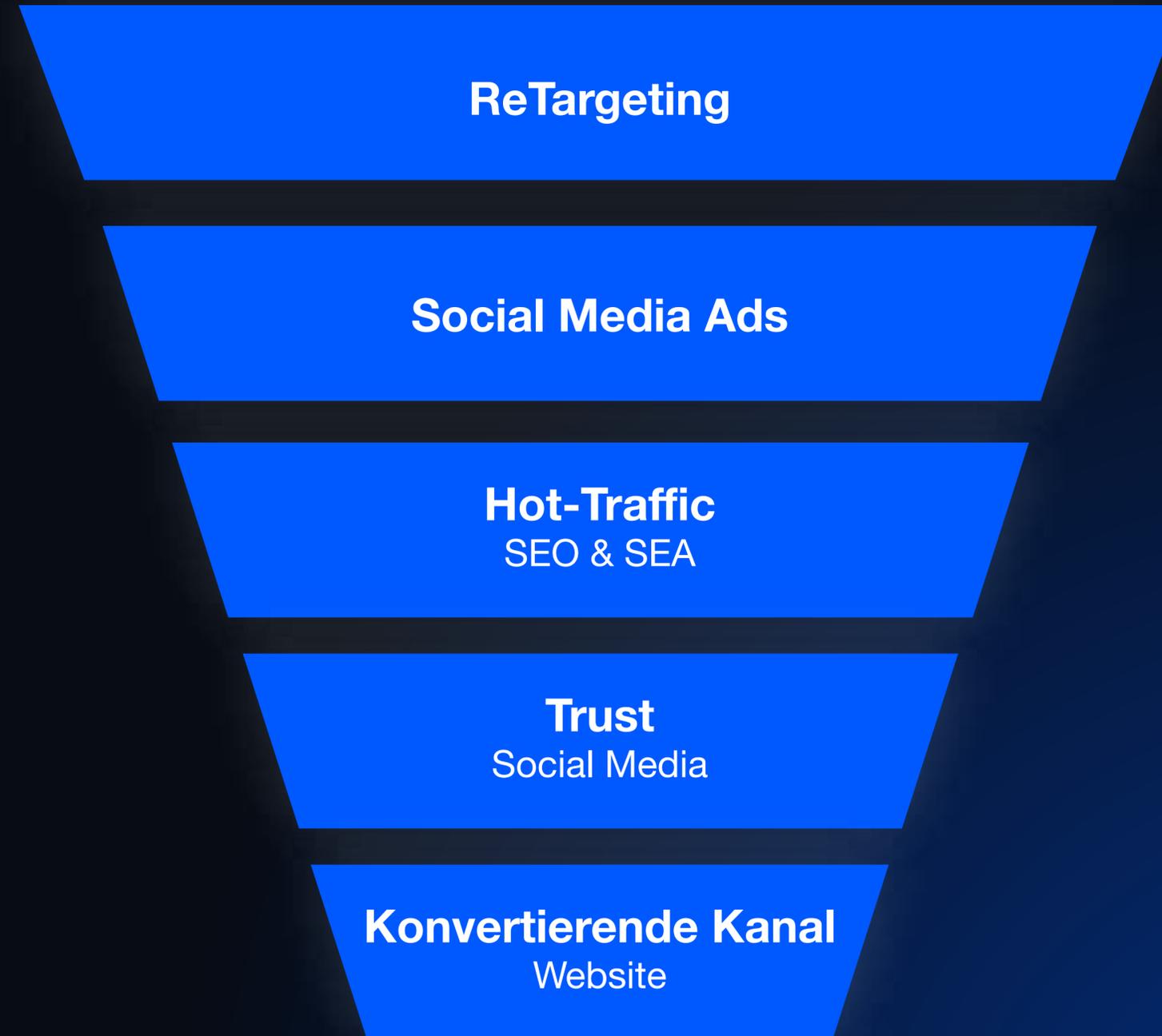
LANDINGPAGES

WEB2PRINT

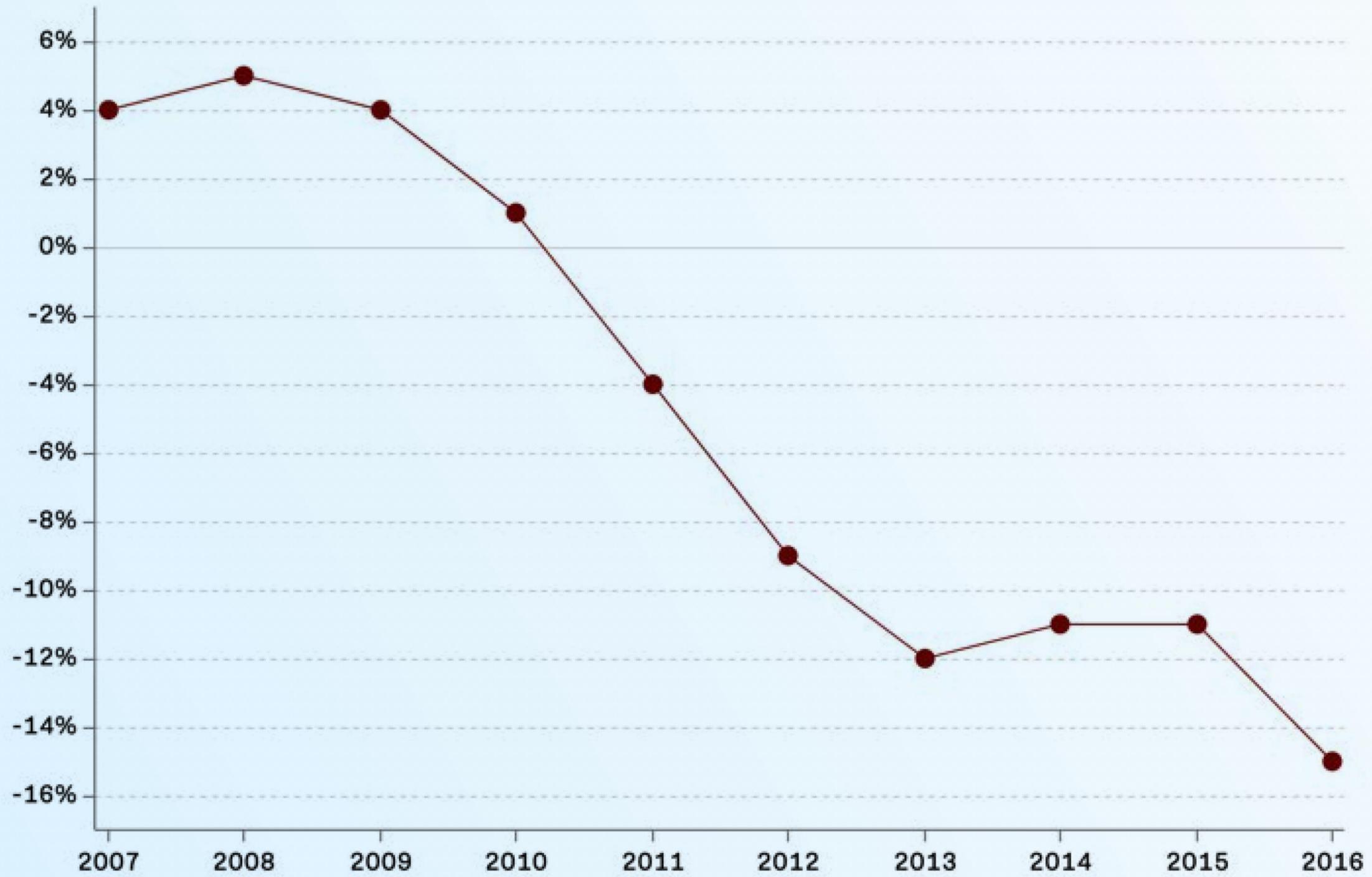
PODCASTS

PREISVERGLEICH

Doch *Wo* soll
ich beginnen?



Brauche ich wirklich *Online Marketing?*



Ja!

**Lassen Sie uns mit
der Website starten.**

Wie startet man?

Worauf kommt es an?



**Der Köder muss dem Fisch
schmecken, *nicht dem Angler.***

Form follows *function*

Definieren Sie Ihre *Ziele*.
Definieren Sie Ihre *Zielgruppe*.
Erstellen Sie *Personas*.

75% aller
Besucher leiten die
Glaubwürdigkeit eines
Unternehmens von
dessen Webdesign ab.



75% aller Besucher leiten die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens von dessen **Webdesign ab.**

Quelle: LinkedIn Umfrage



5 Don'ts

Was sollten Sie niemals tun

- *Herzlich Willkommen!*
- *Statischer Content*
- *Intro Seiten*
- *Datenschutz vernachlässigen*
- *CTAs vernachlässigen*

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH



7 Dos

Was sollten Sie tun

- *Probleme lösen und Mehrwert bieten*
- *Glaubwürdig sein*
- *Vorteile kommunizieren*
- *Geschichten erzählen*
- *CTAs, wo immer möglich*
- *Tolle Nutzerfahrung bieten*
- *Spaß machen*

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH

Behalten Sie diese KPIs *im Blick*.

Conversionrate:

Ergibt sich aus der Anzahl der Käufe geteilt durch die Zahl der gesamten Besucher. Die Werte liegen meist zwischen 1 - 5 Prozent.

Bouncerate:

Anzahl der Nutzer, die direkt die Einstiegs-Seite wieder verlassen, ohne eine weitere Unterseite zu besuchen.

Wiederkehrende Nutzer:

Ermittelt wird das Verhältnis zwischen Erstbesuchern und wiederkehrenden Nutzern.

Time on Page:

Verbrachte Zeit eines Nutzers innerhalb Ihrer Website.

Mein *Tipp. Clarity.*



Social Media

Organische Reichweite

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH

Social Media, *was tun?*

**Bauen Sie in der organischen
Reichweite *Trust auf.***

**Bitte, bitte, bitte.
Nicht zuviel Zeit mit Social
Media „verschwenden“**



SEA

Search Engine Advertising

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH

Der schnelle Weg *zum Umsatz.*

Maps

Kostenlose Stornierung

Budget

Für heute Abend

Angebote

Gesponsert



IHG
<https://www.ihg.com> ⋮

Hotels in Munich, Germany | IHG® Hotels & Resorts

Wohin Sie auch reisen, wir sind für Sie da. Über 6.600 **Hotels/Resorts** weltweit entdecken. Buchen Sie Ihren Urlaub.



[Unsere Standorte](#) >

[Unsere Angebote](#) >

Gesponsert



Booking.com
<http://www.booking.com> > booking ⋮

Hotels in München | Jetzt buchen, später ändern

Hotels in **München**, Deutschland. Schnell und sicher online buchen. Sonderangebote. **Hotels**.

Gesponsert



hrs.de
<https://www.hrs.de> ⋮

HRS - Hotel München - Gratis stornierbar bis Anreise

Ihr Wunsch-**Hotel** zu Top-Preisen! Rund um die Uhr für Sie erreichbar. HRS Travel Care.

Gesponsert



motel-one.com
<https://www.motel-one.com> ⋮

Motel One München | Jetzt direkt online buchen

Warum?

- Sofortige Sichtbarkeit bei Google
- Genaue Zielgruppenansprache
- Volle Kostenkontrolle
- Schnelle Messbarkeit der Erfolge
- Flexible Anpassung an das Budget
- Wettbewerbsvorteil durch Top-Platzierungen

Wie *starten*?

Die *Mechanik*

1. Brand Protecion
2. Scaling Kampagne
3. Testing Kampagne | Idee 1
4. Testing Kampagne | Idee 2

Wichtig

1. LongTail statt ShortTail
2. Suchvolumen & Wettbewerb beachten
3. Negative Keywords nutzen
4. Customer Journey verstehen

**Vorsicht: Kein Geld
*verbrennen!***



SEO

Search Engine Optimization

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH

Der nachhaltige Weg *zum Umsatz.*

Es gibt keine *Suchmaschinenoptimierung*

Erstellen Sie einfach
richtig guten Content.

**Der Content *muss*
von Ihnen kommen.**



Social Media Advertisement

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH

Ihr Einstieg in den *Cold Traffic.*

Ziele und Strategie *festlegen*

1. Definieren Sie Ihr Ziel. Es gibt: Reichweite, Leads, Verkäufe
2. Analysieren Sie das Verhalten Ihrer Zielgruppe (Think out of the box)
3. Wahl der richtigen Kanäle anhand Zielgruppe und Zielsetzung
4. Vermeiden Sie Medienbrüche
5. Budgetplanung und -verteilung für einzelne Kanäle & Kampagnen
6. Testen, testen, testen und nochmals testen

Unser *Mechanismus*

**Testing
Campaign**

10 Punkte P.

T1 | C1

T1 | C2

T1 | C3

T2 | C1

**Scaling
Campaign**

10 Punkte P. Gewinner

T1 | C1

Mit was *werben*?

Mein Tipp: Ad-Library



ReTargeting

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH

Aus Cold-Traffic *Kunden machen.*

Touchpoints *bis zum Kauf*

Inaktive Kunden benötigen im Durchschnitt nur 1-3 Touchpoints
Ein aktiver Interessent benötigt 5-12 Touchpoints
Kaltakquise hingegen kann 20-50 Touchpoints erfordern

ReTargeting *machts möglich*

Facebook Pixel und Google Tag in die Website integrieren (Achtung Cookies)
Besucher erfassen
Facebook und Google Anzeigen erstellen speziell für diese Zielgruppen
„Umgarnen“ der Interessenten mit Benefits oder Pains

Der *ICE-Score*.

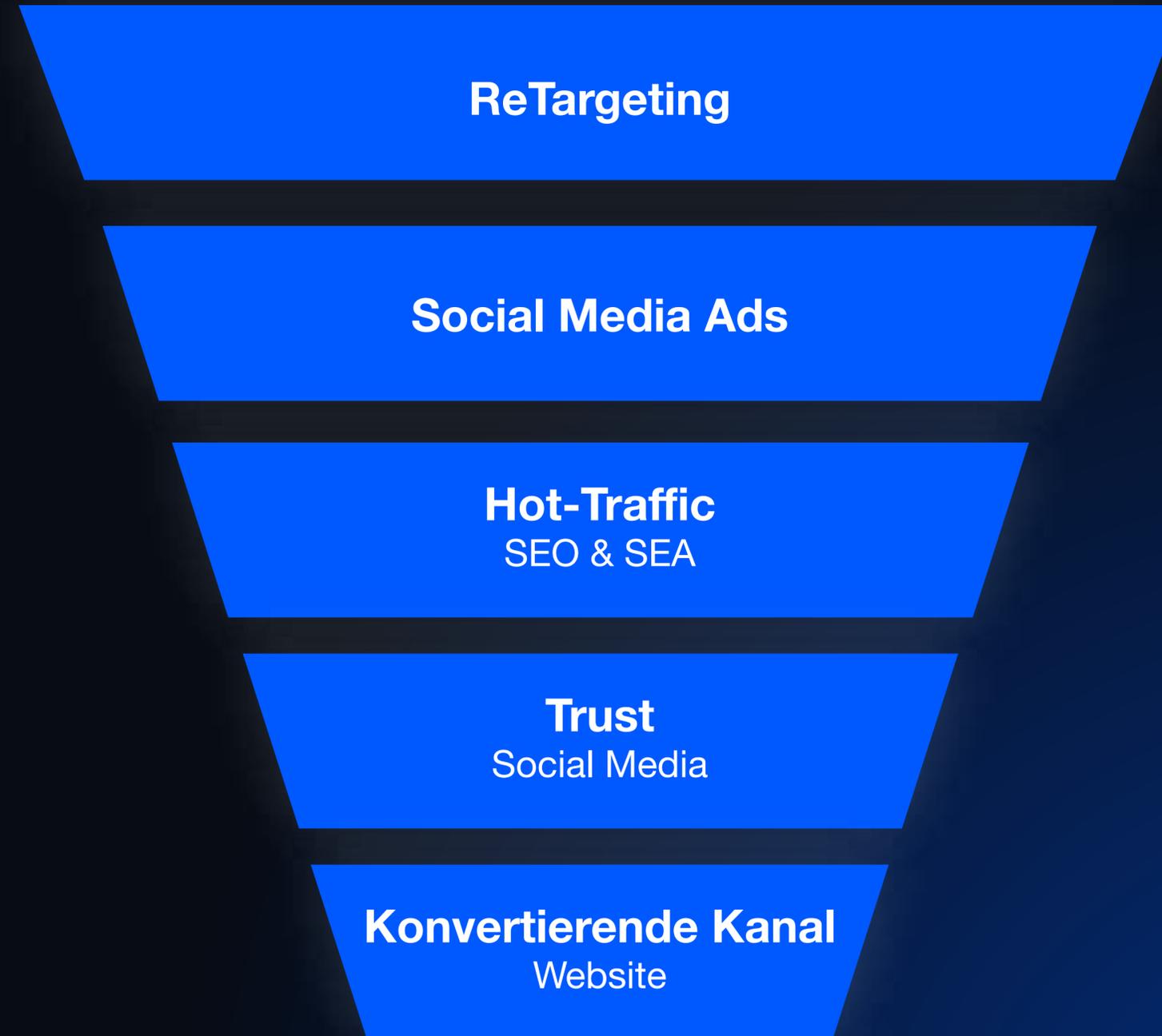
Impact + **Confidence** + **Ease**



Ihr wichtigstes Take Away

Was sollten Sie mitnehmen?

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH



One More Thing



Bei Fragen, fragen!



Kontakt



LinkedIn

Musterplan

<https://app.asana.com/read-only/Muster-Marketingplan/1201431226019397/03d63059bc5e0dd9bfb976ca84f23a30/timeline>

Vortrag vom 20.03.2025 | Florian Werner - MORE. GmbH