

Verstehen wie dein Unternehmen tickt, und daraus eine Online Strategie entwickeln

Zusammenfassung des Webtalks vom 12.02.2021

Referent: Maximilian Nols, [Webdesign Managers](#)

Moderator: Michael Berger

Was macht eigentlich eine erfolgreiche Online Strategie aus?

Es gibt viele verschiedene Wege, eine Online Strategie aufzusetzen. Unternehmer*innen, die gerade erst am Anfang ihrer digitalen Karriere stehen, sind schnell überfordert mit den endlosen Möglichkeiten, welche das Netz zu bieten hat.

Im Folgenden finden Sie einen Leitfaden, mit dem Sie auch ohne Vorkenntnisse erfolgreich ins digitale Marketing einsteigen können.

Sie lernen, welche Bestandteile Sie verwenden können, um für ihr eigenes Unternehmen eine sinnvolle und erfolgreiche Online Strategie zu entwickeln. Fangen wir also an:

Im Wesentlichen sind es drei Bestandteile, welche eine erfolgreiche Online Strategie ausmachen:

1. Eine Basis (Website)
2. Interessierte Besucher (Traffic)
3. Eine Bestandskundenbetreuung (Remarketing)

Interessanterweise sind die Bestandteile genau die gleichen, wie in der analogen Welt. Alles was ein Geschäft in der Welt vor dem Internet erfolgreich gemacht hat, funktioniert jetzt auch im World Wide Web.

So einfach ist das? Ganz genau! Wenn man sich diese drei Bestandteile als Grundlage seiner Online Strategie nimmt, hat man bereits viel richtig gemacht.

Mithilfe dieser Struktur lässt sich, egal wie Ihr Unternehmen tickt, eine Online Strategie entwickeln. Wie geht das jetzt im Detail?

Schauen wir uns das Ganze ein wenig genauer an:

Eine Website kann viele unterschiedliche Formen haben. Im Wesentlichen sind nur **2 Modelle** für uns interessant.

1. Der **“One Pager”**, das heißt eine Seite ohne Navigationsmenü, spezifisch ausgelegt auf ein Produkt oder eine Dienstleistung

2. Der **“Multi Pager”**, das heißt eine Website im klassischen Sinne mit vielen Unterseiten, Beiträgen, Infos zur Firma und vielem mehr.

Doch für welche Form soll man sich entscheiden? Diese Frage kann man sich leicht beantworten, in dem man sich folgendes fragt:

“Ist die Dienstleistung oder das Produkt, welches ich verkaufen möchte, etwas Neues/nie Dagewesenes, wonach man im Alltag nicht suchen würde oder ist mein Produkt/Dienstleistung im Allgemeinen bekannt?”

➔ Wenn Sie diese Frage damit beantworten, dass Ihre Leistung, Ihr Produkt etwas Neues/nie Dagewesenes ist, entscheiden Sie sich für den One Pager.

➔ Sollten Sie eine Leistung anbieten, die bereits bekannt ist, so entscheiden Sie sich für den Multi Pager.

Gut, der erste Schritt ist also getan, doch wie geht es weiter? Welche Werbepattform bzw. Kanal ist der richtige für Sie? Facebook, Google, LinkedIn, Twitter, Instagram?

Die Liste ist lang, die Möglichkeiten sind vielseitig. Doch keine Sorge, die erste Entscheidung haben Sie bereits getroffen und genau an dieser Entscheidung knüpft sich auch die Wahl der Werbepattform an.

Wenn Sie einen One Pager gewählt haben

...sollten Sie Social Media Ads ausprobieren. Social Media, (egal welche Plattform), arbeitet mit Dopamin-Reizen. Es geht um Emotionen, Interessen und darum, neue Dinge zu entdecken. Genau hier kommen Sie ins Spiel mit Ihrem One Pager. Sie haben dieses Website-Modell gewählt, da Sie ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung anbieten. Social Media Werbung eignet sich hervorragend dafür, Interesse bei Menschen für neue Sachen zu entwickeln. Sobald jemand interessiert auf Ihre Werbung klickt, landet er nun auf Ihrem One Pager. Dieser ist spezifisch nur auf diese eine Leistung getrimmt, die Sie verkaufen möchten. Er beinhaltet keinerlei Ablenkungen. Ideal also um den interessierten Besucher zu informieren und idealerweise zum Kauf oder Beratungsgespräch zu bewegen!

Wenn Sie einen Multi Pager gewählt haben

...sollten Sie sich mit Google Ads und SEO Marketing beschäftigen und Ihre Seite entsprechend optimieren. Suchmaschinen-Anzeigen und SEO arbeiten mit der Suchintention einer Person. Das bedeutet, dass jemand auf Google nach einer bestimmten Leistung sucht, die er gerade braucht. Der Kunde hat bereits etwas Spezifisches im Kopf und im Idealfall ist es genau Ihre Leistung!

Alles, worauf Sie sich also konzentrieren müssen ist, in diesem Fall möglichst gut gefunden zu werden. Auf lange Sicht sollte hier eine gute SEO Strategie verwendet

werden, da hierfür keinerlei Werbebudget benötigt wird und Nutzer per Google Suche zu Ihnen gelangen. Das ist langfristig von Vorteil. Der Nachteil ist, dass es dauern kann, bis Sie auf Seite 1 von Google gefunden werden.

Wenn Sie nicht solange warten wollen, sind Google Anzeigen eine Option. Hier zahlt man an Google ein Werbebudget und landet im Gegenzug direkt auf Seite 1 von Google - vor allen anderen für bestimmte Suchbegriffe, für die man gefunden werden möchte.

Einen Schritt haben wir nun noch offen, bevor wir eine erfolgversprechende Online Strategie vor uns gefunden haben. Je nachdem, welches Webseitenmodell Sie im ersten Schritt gewählt haben, unterscheidet die Vorgehensweise im Folgeschritt: die Besucher-Generierung!

Die Bestandskundenbetreuung (Remarketing)

Sie sollten sich schon vor den obigen Schritten Gedanken gemacht haben, wie Sie Ihre Neukunden behalten und zu Stammkunden machen.

Oft wird der Fehler begangen, nur die ersten 2 Schritte umzusetzen. Das ist schade, denn Sie verwerten die bis dahin gewonnenen Ergebnisse nicht weiter. Dabei ist es in den allermeisten Fällen so, dass eine Online Strategie am profitabelsten ist, wenn sie auf lange Sicht ausgelegt ist. Denn wenn ein Kunde nicht nur einmal, sondern zwei oder dreimal kauft - das ist einfach doppelt und dreifach besser.

Für Remarketing eignet sich in beiden Fällen (One Pager oder Multi Pager) das E-Mail-Marketing. Im Bereich der One Pager funktionieren neben dem klassischen E-Mail-Marketing auch Facebook- oder LinkedIn Gruppen sehr gut. Beispielsweise können Sie Interessenten, die sich bei Ihnen auf der Seite eingetragen haben, für ein Beratungsgespräch o.ä. in Ihre exklusive Gruppe einladen. Hier werden die Mitglieder mit weiteren spannenden Inhalten versorgt und betreut.

Neben Mails und Gruppen eignen sich ansonsten auch Messenger Kampagnen via Whatsapp oder SMS.

Das sind die drei Bestandteile einer erfolgreichen Online Strategie. Wenden Sie es auf Ihr Unternehmen an und starten Sie durch. Ich wünsche Ihnen viel Erfolg!



Maximilian Nols

<https://webdesign-managers.com>