

Leitfaden

Marketingkommunikations-Plan

Das Marketingkommunikations-Konzept

Wie entwickeln Sie die Strategie für Ihre Marketingkommunikation?

Der Erfolg Ihrer Marketingaktivitäten und der effektive Einsatz Ihres Budgets hängt von der richtigen Strategie ab. Diese definieren Sie im Vorfeld in einem Konzept. Das **Konzept** analysiert, legt die strategischen Linien fest, entwickelt kreative Ideen und skizziert die praktische Umsetzung in groben Zügen. Erst danach folgt der **Plan**, der das Konzept konkretisiert, fokussiert auf die praktische Umsetzung. Themen und Maßnahmen werden gründlich geplant, durch Erfolgskontrolle ergänzt, in einen Zeitplan integriert und mit einem Kostenplan unterlegt. Anschließend wird die Schrittfolge des Plans abgearbeitet.

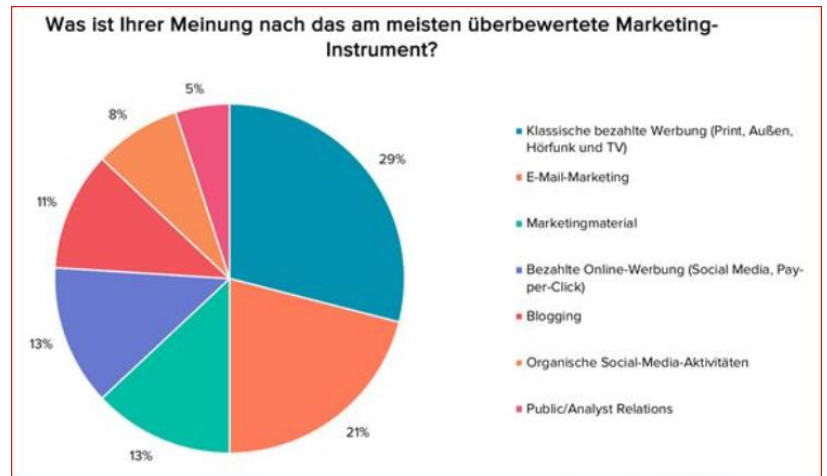
- 1 Situationsanalyse –
(z.B. SWOT-Analyse, Wettbewerbs-, Markt- und Umfeld- sowie Kundenanalyse)
- 2 Ziel definieren – Messbare Kommunikations- und Marketingziele setzen.
- 3 Zielgruppe – Kunden und Partner besser kennenlernen.
- 4 Strategie (Positionierung & Botschaften) – Ihr Unternehmen ist etwas Besonderes.
- 5 Ziele definieren – Wo die Reise hin geht.
- 6 : Maßnahmen planen – Mittel auf dem Weg zum Ziel.
- 7 Budget, Zeitplan, Ressourcen festlegen
- 7 Umsetzung
- 9 Kontrolle – Hand aufs Herz, was war erfolgreich und was nicht?

Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne als Sparringpartner zur Verfügung oder entwickle für Sie Ihr Konzept und unterstütze Sie bei Bedarf bei der Umsetzung.

Welche Marketing-Maßnahmen sind am effektivsten?

„Ich weiß, die Hälfte meiner Werbung ist hinausgeworfenes Geld.
Ich weiß nur nicht, welche Hälfte.“
Henry Ford

Das viele Marketing-Instrumente, wie z.B. klassisch bezahlte Werbung überbewertet sind, fand eine Umfrage unter 75 Agenturen heraus. Daher gilt es strategisch abzuwägen, welche Instrumente sinnvoll ist.



©Inbound-Marketing Plattform Hubspot

Neukunden-Akquise Szenario:

Ein potenzieller Kunde lernt Ihren Verkäufer auf einer Veranstaltung kennen. Die beiden vernetzen sich auf Xing oder LinkedIn. Der Interessent sieht sich zum ersten Mal Ihre Website an. Danach passiert 4 Monate nichts. Irgendwann googelt der Kunde und stößt erneut auf Ihre Website. Er erkennt die Seite wieder, meldet sich über das Kontaktformular und kauft Ihr Produkt.

Welche Marketinginstrumente waren beteiligt?

- Veranstaltung, persönliches Treffen
- Social Media / Berufliche Netzwerk
- SEO (bei Google gefunden)
- Website

Welche Marketing-Maßnahmen waren nötig?

- Optimierung der Website
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Auf Branchen- / Netzwerkveranstaltung (Verbände, IHK, etc.) präsent sein
- Beziehungen mit Kunden und Kontakten aufbauen und pflegen
- Auf Social Media aktiv sein (Facebook, Xing, LinkedIn, Instagram)
- Newsletter versenden
- Vorträge auf Events, Kongressen und Universitäten halten
- Guter Blog auf der eigenen Website

Marketingkommunikations-Instrumente

Hier ein Beispiel von Marketinginstrumenten mit denen auch kleine und mittlere Unternehmen Ihr Marketing aufbauen und durchführen können. Bei Interesse stehe ich Ihnen gerne Sparring-Partner für Ihre Fragen zu Verfügung oder entwickle für Sie Marketing-Kommunikationspläne. Sollten Sie auch für die Umsetzung Unterstützung benötigen, greife ich Ihnen als Projektmanager gerne unter die Arme.

Offline-Instrumente

<p>PR</p> <p>Pressemeldungen, Interviews, Fachartikel, Statements, Prospekte, Sponsoring</p>	<p>DIALOG / NETWORKING</p> <p>Direkt-Marketing, Empfehlungs-Marketing, Kooperations-Marketing</p>
<p>WERBUNG</p> <p>Anzeigen, Advertorials, Radio-Spots, Give-Aways, Werbe-Artikel, Rabattcoupons</p>	<p>EVENTS</p> <p>Messen, Kongresse, Branchen-Events, Aktionstage, Netzwerk-Events</p>

Online-Instrumente

<p>ONLINE-MARKETING</p> <p>Suchmaschinen-Marketing (SEO+SEA), Newsletter, Backlinks (Referenzen)</p>	<p>SOCIAL MEDIA MARKETING</p> <p>Xing, LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, WhatsApp</p>
<p>CONTENT-MARKETING</p> <p>Blog, Storytelling, Infografiken, Webinare, Slideshare</p>	<p>BANNER-WERBUNG</p> <p>Facebook-Ads, Sponsored Posts, Affiliate Marketing</p>