



Die 3 matchentscheidenden Online-Marketing-Disziplinen für KMU

Daniel Hünebeck

Senior Digital Marketing Strategist | Freelancer, Berater, Speaker & Dozent



FACEBOOK



Vorstellung

- 17 Jahre Erfahrung im Digitalen Marketing, 3 Jahre im Multichannel-Management und der Digitalen Transformation
- Breites und tiefes Know-How in den Bereichen: Website, SEA, SEO, E-Mail-Marketing, Webanalyse, Mediaplanung und Performance Marketing, Mobile Marketing, Conversion Rate Optimierung, Social Media Marketing, Content Marketing
- Erfolgreicher Aufbau einer Agentur im Schweizer Markt sowie eines schlagkräftigen digitalen Teams bei der UBS
- Engagiert im Markt als Dozent und Speaker, sowie Vorstand im Branchenverband iab Switzerland und Fachbeirat bei der Swiss Online Marketing Messe
- iab „Digital Marketer of The Year 2015“, Best of Swiss Web 2016 Gold und Silber «Digital Performance Campaigns iab», Best of Swiss Apps Master 2015



Vorstellung



- Seit 2017: Senior Digital Marketing Strategist | Daniel Hünebeck Digital GmbH
- Berater in allen Bereichen des Digitalen Marketings und der Digitalen Transformation für Unternehmen aller Grössen
- Dozent u.a. an der HWZ, FHNW, HSLU und der iab Academy
- Speaker an Messen, Konferenzen und Kundenveranstaltungen

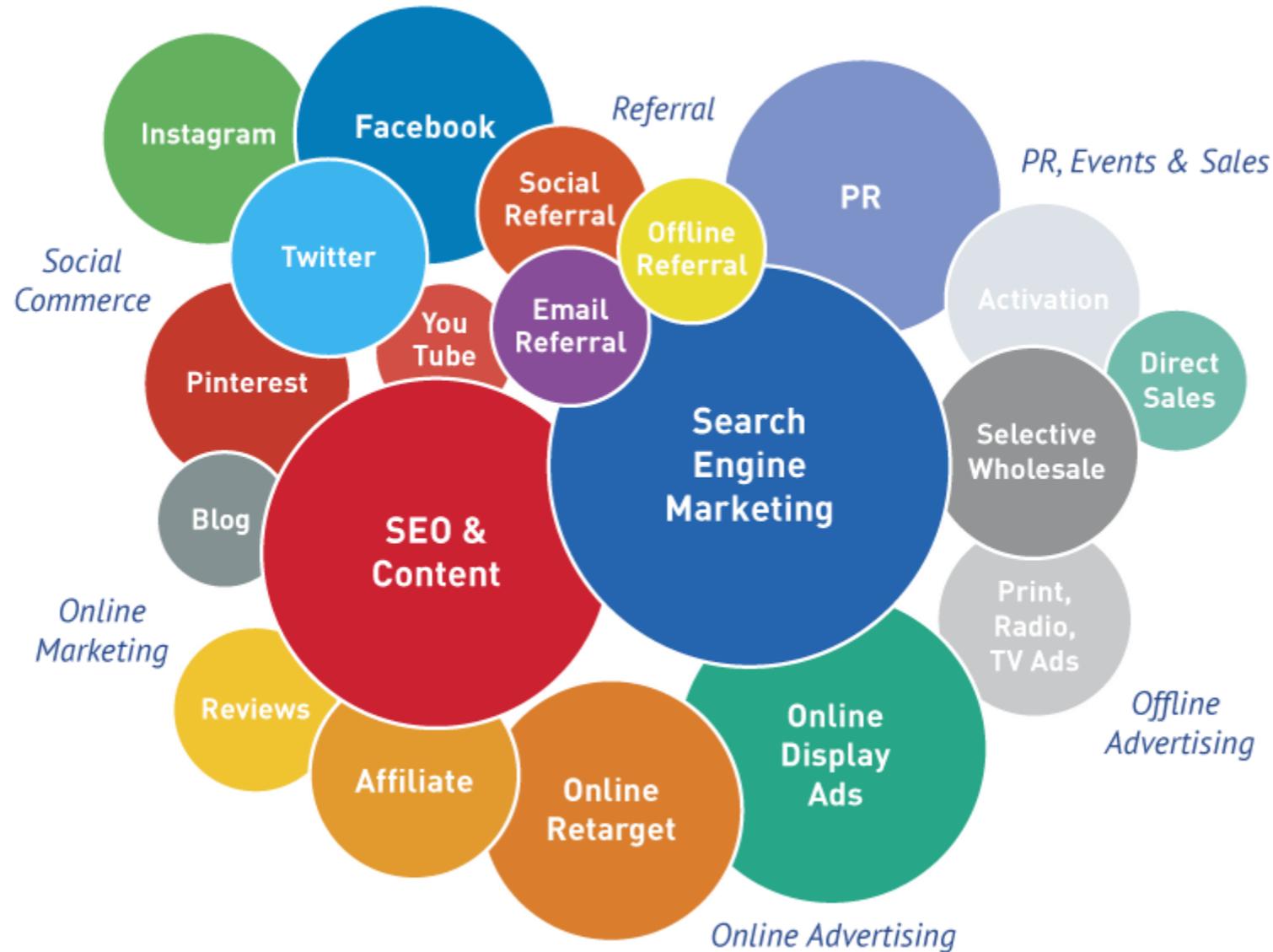


The top half of the slide features a background pattern of interconnected white dots and lines, resembling a network or molecular structure. The background color transitions from a dark teal on the left to a light green on the right.

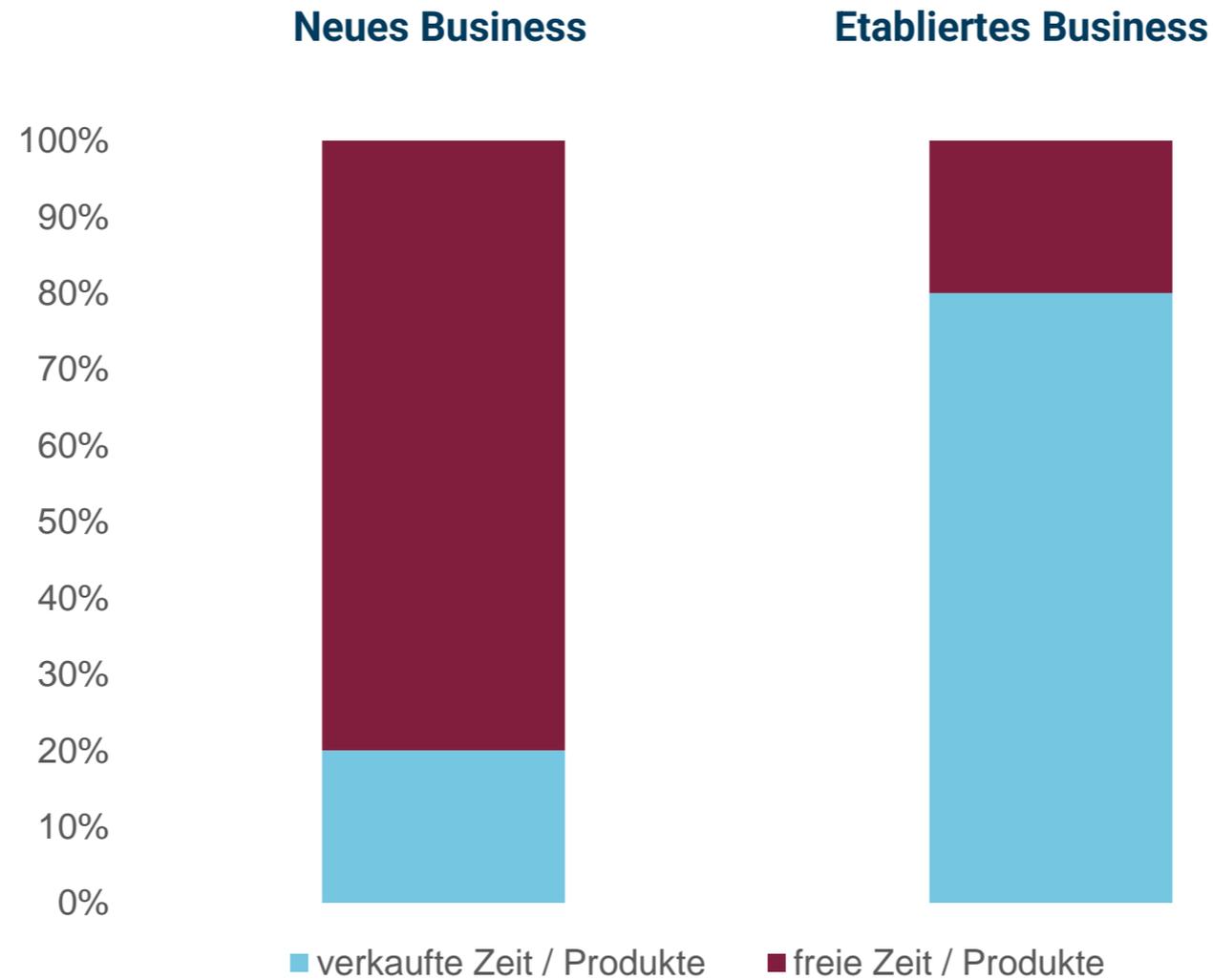
Die 3 matchentscheidenden Online-Marketing-Disziplinen für KMU

KMU
Digital

Die Herausforderung: viel zu viele Online-Marketing-Disziplinen



Wenig Business = viel Zeit und umgekehrt



Die 3 matchentscheidenden Online-Marketing-Disziplinen für KMU



1. Eine Suchmaschinen-, Conversion-optimierte und benutzerfreundliche Website
2. E-Mail-Marketing (v.a. Newsletter)
3. Social Media (v.a. Facebook/Instagram und LinkedIn)

Wir müssen das Rad nicht neu erfinden – alles ist öffentlich



A decorative background at the top of the slide featuring a network of white lines connecting small dots, transitioning from a teal color on the left to a light green color on the right.

Eine Suchmaschinen-, Conversion-optimierte und benutzerfreundliche Website

Alle wichtigsten Informationen gehören direkt auf die Startseite



«Must Have» Inhalte auf der Homepage am Beispiel «Restaurant»

- Öffnungszeiten und Zeiten der warmen Küche
- Adresse
- Menu / Speisekarte
- Reservationsmöglichkeit online

Nutzer müssen verstehen, ob Sie auf der Website 'richtig' sind

Online-Shop Über uns ▾ FAQs Karriere Login | 🇨🇭 Schweiz ▾ Deutsch ▾ 🔍

Haushalt Mehrfamilienhaus Objekt Gewerbe und Industrie Kundenservice

Professioneller Clean-Service

Lassen Sie Keimen, schädlichem Kalk sowie Dreck und Flusen keine Chancen und sorgen Sie mit unserem professionellen Clean-Service für maximale Hygiene.

mehr erfahren

☎️
📄
NEWS

The screenshot shows a website landing page for 'Professioneller Clean-Service'. At the top, there is a navigation bar with links for 'Online-Shop', 'Über uns', 'FAQs', 'Karriere', 'Login', 'Schweiz', and 'Deutsch'. Below this is a dark grey menu bar with categories: 'Haushalt', 'Mehrfamilienhaus', 'Objekt', 'Gewerbe und Industrie', and 'Kundenservice'. The main content area features a large image of two technicians in dark blue uniforms standing between two white vans with purple accents. The vans have the 'SCHULTHESS' logo and 'Kunden-Hotline 0844 888 222' printed on them. A semi-transparent white box is overlaid on the image, containing the heading 'Professioneller Clean-Service', a paragraph of text, and a 'mehr erfahren' button. On the right side of the image, there are three icons: a telephone, a document, and a news icon.

Nutzer müssen verstehen, ob Sie auf der Website 'richtig' sind

SCHULTHESS Online-Shop Über uns ▼ FAQs Karriere Login | 🇨🇭 Schweiz ▼ Deutsch ▼ 🔍

Haushalt Mehrfamilienhaus Objekt Gewerbe und Industrie Kundenservice

Professioneller Clean-Service

Lassen Sie Keimen, schädlichem Kalk sowie Dreck und Flusen keine Chancen und sorgen Sie mit unserem professionellen Clean-Service für maximale Hygiene.

[mehr erfahren](#)

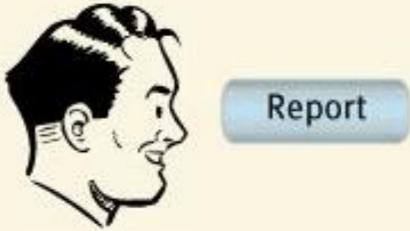
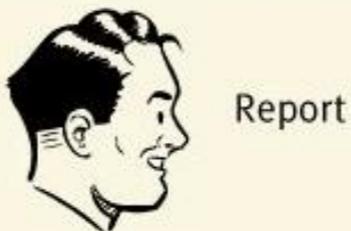
☎
📄
NEWS

Nutzer müssen verstehen, ob Sie auf der Website 'richtig' sind

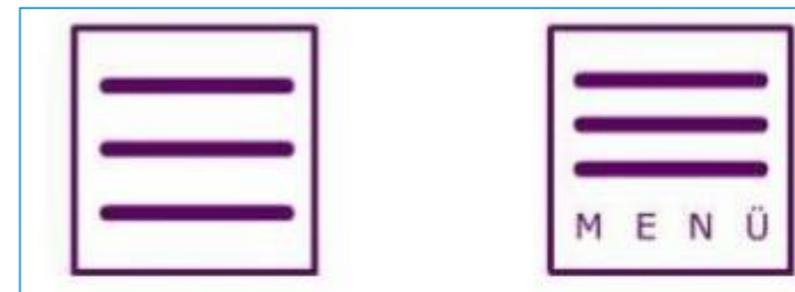
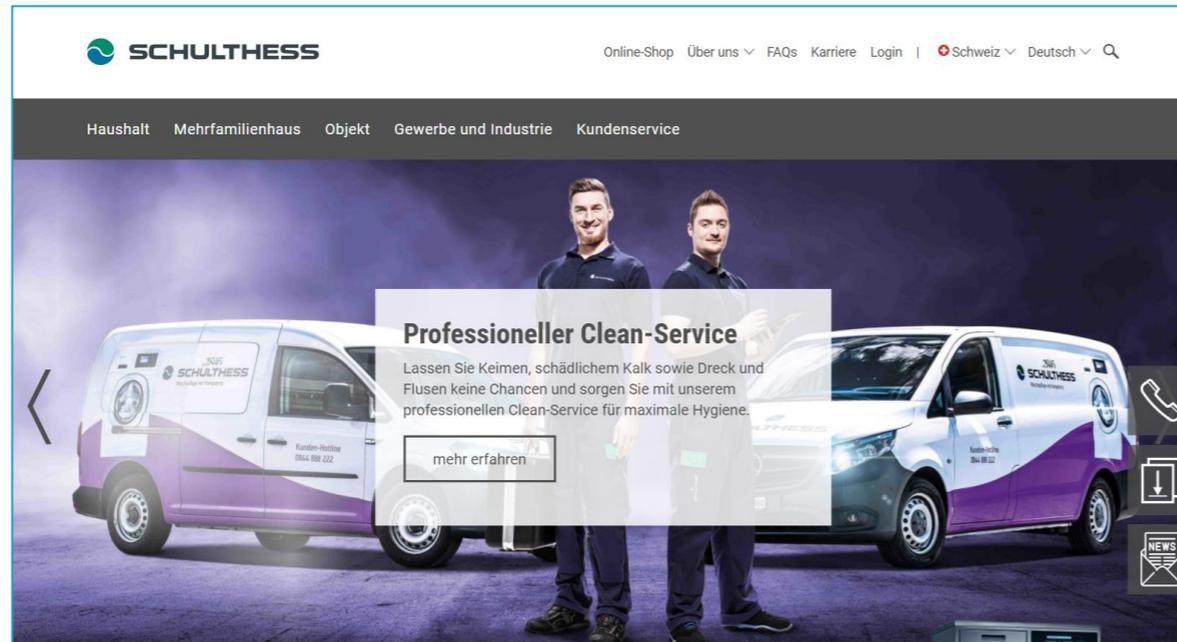
www.gritec.ch



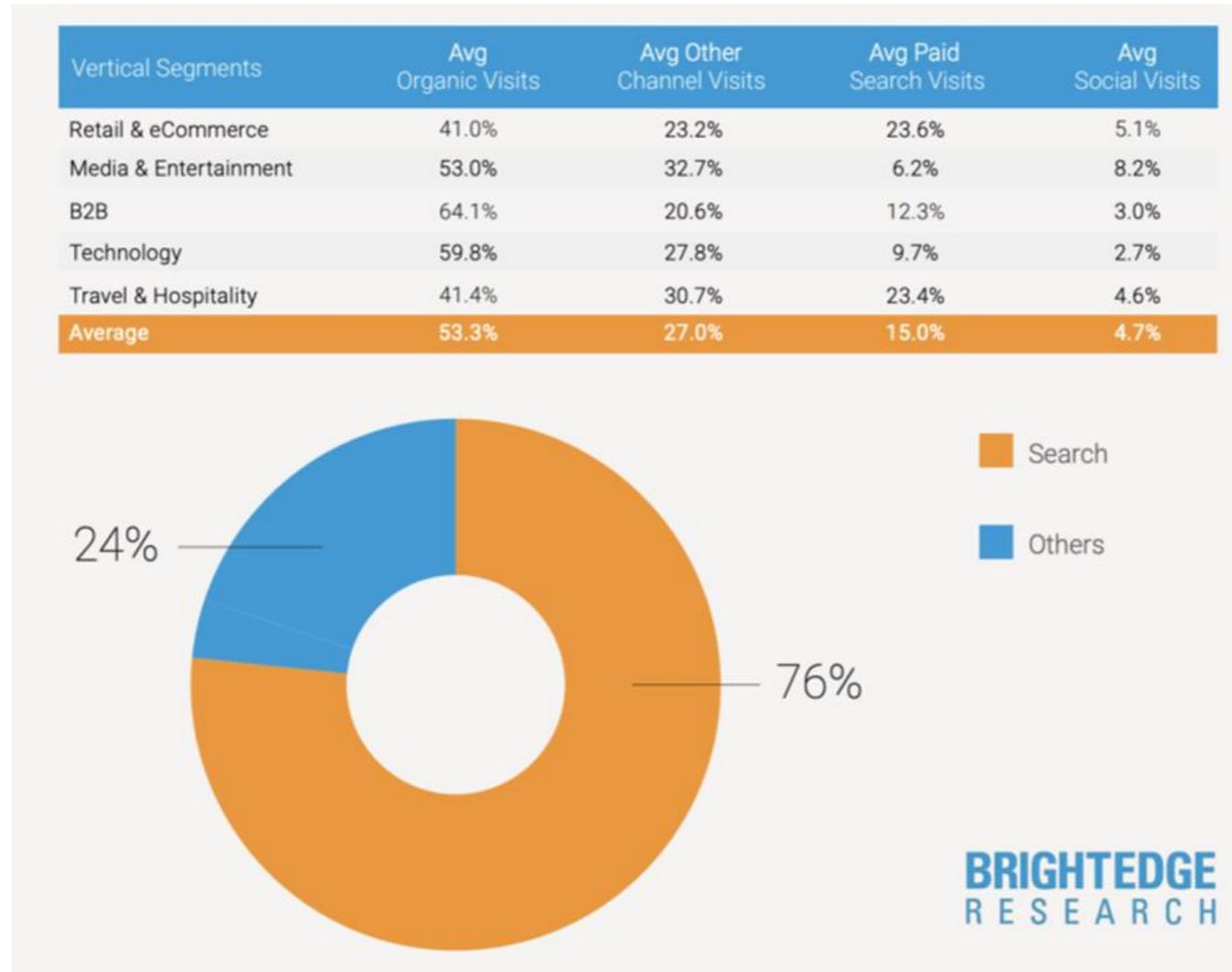
Don't Make Me Think

< OBVIOUSLY CLICKABLE		REQUIRES THOUGHT >
<p><i>Click</i></p>  <p>A cartoon illustration of a man's head in profile, looking towards a blue button labeled 'Report'.</p>	<p>Hmm. <i>[Milliseconds of thought]</i> I guess that's the link. <i>Click</i></p>  <p>A cartoon illustration of a man's head in profile, looking towards a blue button labeled 'Report'.</p>	<p>Hmm. Does that do anything?</p>  <p>A cartoon illustration of a man's head in profile, looking towards a blue button labeled 'Report'.</p>

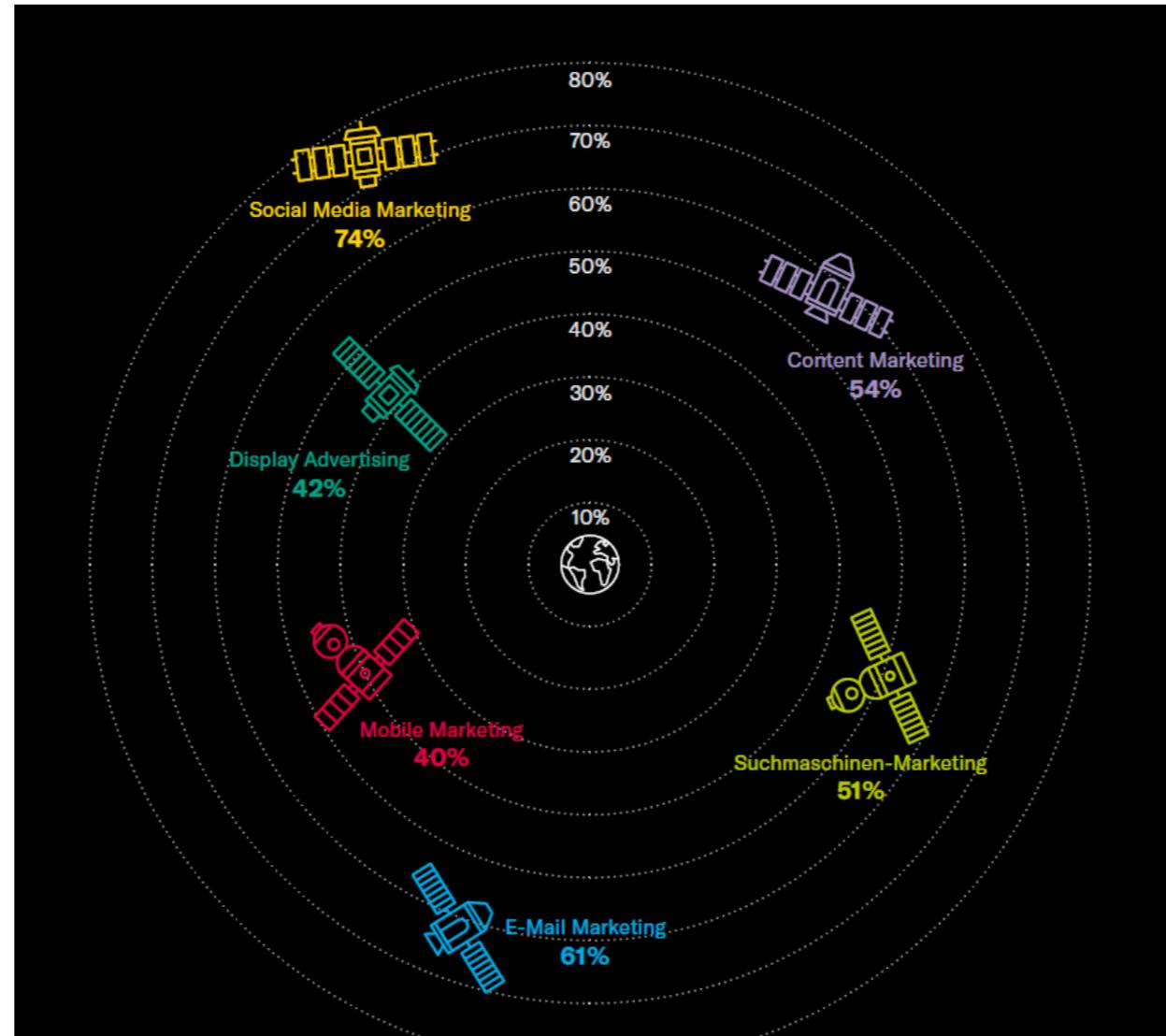
Bilder, Slider und Burger-Menu



40% - 65% des Traffics kommt über die organische Suche

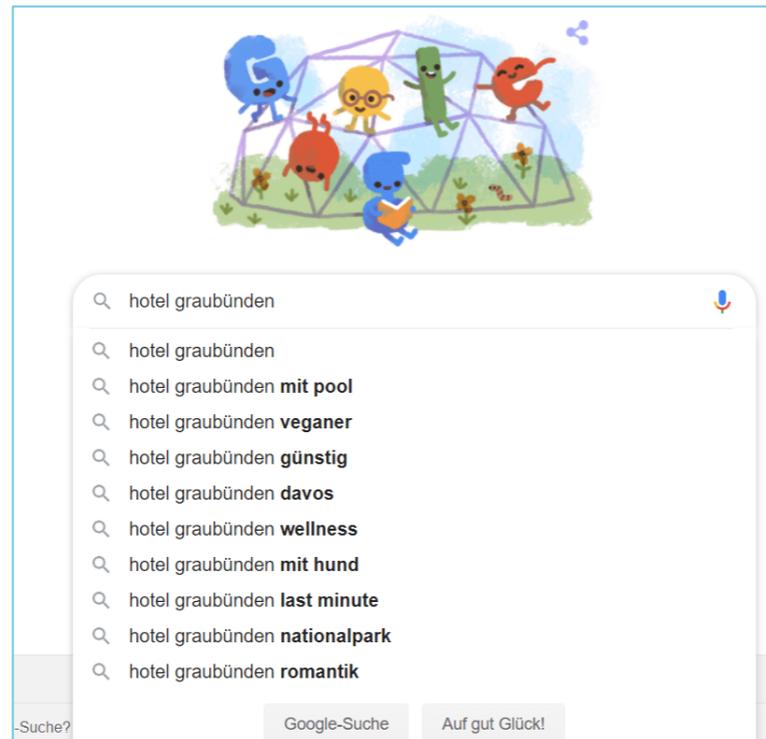


SEO ist tendenziell unterbewertet, Social Media überbewertet



Keyword Definition: Themen auf Basis von Suchanfragen

Tools: Google Suggest / Answerthepublic / Hypersuggest



We found **178** results for "hotel graubünden"

INVERT SELECTION FILTER EXPORT COPY

<input type="checkbox"/>	Keyword	Extension	Type	PSV
<input type="checkbox"/>	hotel graubünden		Suffix	
<input type="checkbox"/>	hotel graubünden wellness		Suffix	
<input type="checkbox"/>	hotel graubünden nationalpark		Suffix	
<input type="checkbox"/>	7132 hotel graubünden	7	Prefix	
<input type="checkbox"/>	graubünden bike-hotel	b	Suffix	
<input type="checkbox"/>	hotel graubünden mit pool		Suffix	
<input type="checkbox"/>	hotel graubünden romantik		Suffix	
<input type="checkbox"/>	hotel graubünden mit hund		Suffix	
<input type="checkbox"/>	5* hotel graubünden		Suffix	
<input type="checkbox"/>	hotel graubünden vegan		Suffix	

Keyword Definition: Marktforschung Google Keywordplanner

– https://ads.google.com/intl/de_ch/home/tools/keyword-planner/

<input type="checkbox"/> Keyword ↑	Anzeigengruppe	Max. CPC	Klicks	Impressionen	Kosten	CTR	Durchschn. CPC
<input type="checkbox"/> deo	Anzeigengruppe 1	2,50 CHF 	586,48	9.579,21	533,94 CHF	6,1 %	0,91 CHF
<input type="checkbox"/> deodorant	Anzeigengruppe 1	2,50 CHF	437,85	6.945,83	376,13 CHF	6,3 %	0,86 CHF
<input type="checkbox"/> haarshampoo	Anzeigengruppe 1	2,50 CHF	284,39	3.961,28	231,63 CHF	7,2 %	0,81 CHF
<input type="checkbox"/> pflegeshampoo	Anzeigengruppe 1	2,50 CHF	0,56	4,58	0,95 CHF	12,2 %	1,69 CHF
<input type="checkbox"/> sonnencreme	Anzeigengruppe 1	2,50 CHF	1.190,25	19.410,61	1.137,30 CHF	6,1 %	0,96 CHF
<input type="checkbox"/> sonnenmilch	Anzeigengruppe 1	2,50 CHF	16,96	286,96	18,74 CHF	5,9 %	1,11 CHF

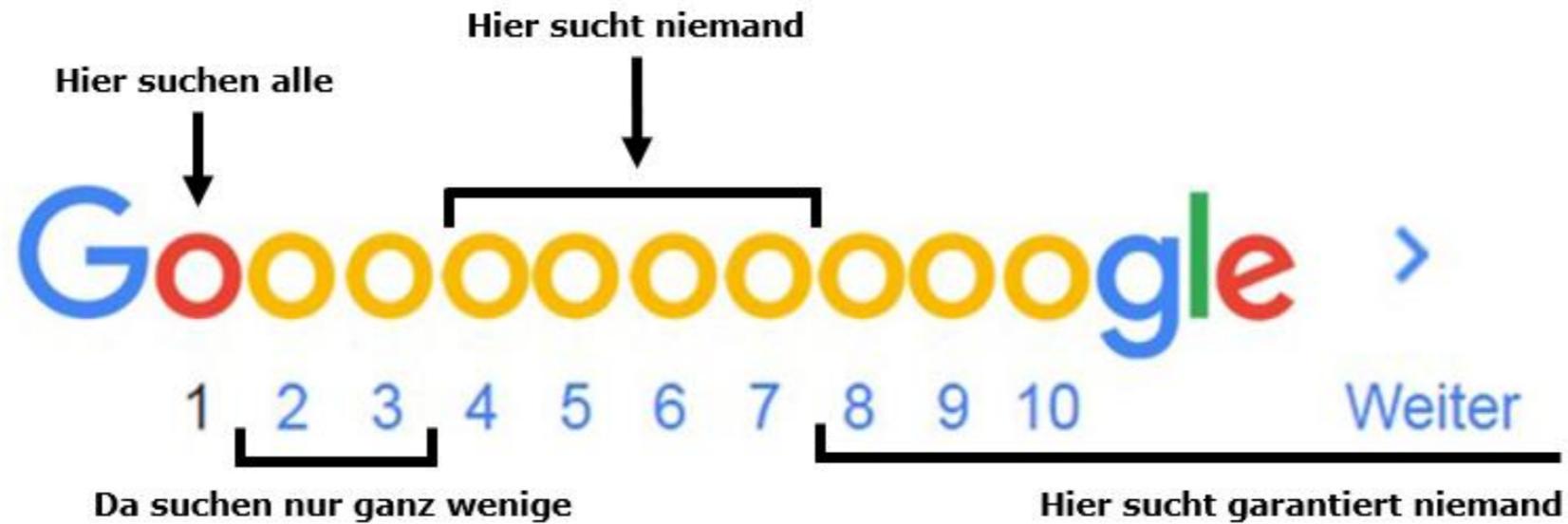
Suchvolumen

Keyword Definition: Lokaler Bezug oft wichtig

The screenshot shows a Google search for 'zahnarzt pfaeffikon sz'. The search results are as follows:

- https://zahnarztpraxiszuerichsee.ch**
Zahnarztpraxis Zürichsee Pfäffikon SZ: Herzlich willkommen
Seit 24 Jahren Ihr **Zahnarzt** in **Pfäffikon SZ** - für gesunde, strahlende Zähne in der ganzen Familie. Wir freuen uns auf Sie: Tel. 055 420 25 30.
Leistungen · Aktuelles · Dr. med. dent. Lorenzo Pagliaro · Dr. med. dent. Peter Baur
- https://www.wza.ch**
Herzlich willkommen! - Zahnarzt-Praxis Wessner :: Pfäffikon SZ
Zahnarzt-Praxis Wessner Pfäffikon SZ Schweiz Dr. med. dent. Bastien Wessner MSc
Churerstrasse 21 8808 Tel 055 415 40 20.
Team · Kontakt · Angebot · Impressum
- https://praxisrosenberg.ch**
Praxis Rosenberg: Zahnarzt in Pfäffikon SZ
Suchen Sie einen **Zahnarzt** in **Pfäffikon SZ**? Wir freuen uns auf Ihren Besuch. Dr. Nils Leuzinger, Dr. Stefan Hicklin und Dr. Michael Kurz sind die ...
- https://www.zahnarzt-farspour.ch**
Dr. Farspour in Pfäffikon SZ / Freienbach - Dentalhygiene ...
Moderne **Zahnarztpraxis** für höchste Ansprüche in **Pfäffikon SZ**. Erfahrene Zahnärztinnen. Beste Materialien und Implantate Schweizer Hersteller.
- https://tel.search.ch** > Pfäffikon > Zahnarzt
15 Einträge für Zahnarzt in Pfäffikon - search.ch
15 Treffer für **Zahnarzt** in **Pfäffikon** mit **Zahnarzt**, Kieferorthopädie, Dentalhygiene, Implantologie, ... Churerstrasse 43, 8808 **Pfäffikon SZ**.
- https://www.onedoc.ch** > pfaeffikon-sz > euha > zahnarzt...
Zahnarzt Praxis Dr. med. dent. Kumin Philipp - OneDoc
Vereinbaren Sie Ihren Termin online bei **Zahnarzt** Praxis Dr. med. dent. Kumin Philipp, **Zahnarztpraxis** in Churerstrasse 43, 8808 **Pfäffikon SZ**.

Die relevanten Rankingpositionen



Die perfekt optimierte Seite

Seitentitel: Damen-Mode - Modeshop XY

Meta Description: Damen-Mode erhalten Sie im Modeshop XY zu guten Preisen inklusive freundlichen und professioneller Beratung.

H1 Überschrift:
Damen-Mode im Modeshop XY

Foto mit Dateiname:
damen-mode.gif

Seitentext:

Themenrelevantes
Bild mit Alt-Attribut:
Damen-Mode

Damen-Mode

Mode für Damen

Damenmode

Mode für Frauen

Damen

Fashion für Damen

Damen-Mode

Seiten-URL: <http://www.modeshop-xy.de/damen-mode.html>

Contact - Emergency Dentist

Anzeige · <https://www.zahnarzt-schwamendingen.ch/english/speaking> · 044 512 53 10

Dentist Zurich Schwamendingen - Your specialists in Zurich

We are there for you Mon-Fri from 7 a.m. to 7.30 p.m. directly at Herzogenmühlestrasse 14. Prophylaxis Center **Zurich** for professional dental hygiene. Zeitnahe Termine für Sie. Hohe Qualität. Erfahrene Zahnärzte.

Kontakt · Prof. Zahnreinigung · Zahnarztangst · Wurzelbehandlung · Bleaching

📍 Herzogenmühlestrasse 14, Zürich - Heute geöffnet · 07:00–19:30 Uhr

<https://tel.search.ch> > zuerich > loewenstrasse-2 > zahna... ▾

Zahnarztpraxis Löwenzahn Augustin & Naef - search.ch

8001 Zürich Tel: 043 300 30 03 Terminanfrage **Naef Felix Dr. med. dent. Fachzahnarzt** für Parodontologie **Zahnarztpraxis Löwenzahn** Löwenstrasse 2, 8001 Zürich ...

<https://www.onedoc.ch> > zahnarztpraxis > zurich > ekf0 ▾

Zahnarztpraxis Löwenzahn, Zahnarztpraxis in Zürich - OneDoc

Kommen Sie zu einem Arzttermin bei uns vorbei: **Zahnarztpraxis Löwenzahn, Zahnarztpraxis, Zürich. Dr. Augustin, Dr. Naef** sind spezialisiert auf Zahnmedizin.

<https://www.doktor.ch> > naef-felix-zuerich-8001-zahnarzt ▾

Dr. med. dent. Felix Naef, Zürich, Fachzahnarzt für ... - Doktor.ch

Dr. med. dent. Felix **Naef. Fachzahnarzt** für Parodontologie. **Zahnarztpraxis Löwenzahn.** Löwenstrasse 2, 8001 Zürich. Tel: 044 211 80 08 / Fax: 044 211 80 24.

<https://ch.linkedin.com> > naef-felix-2a1171122

Naef Felix – Dr. med. dent. / Fachzahnarzt für Parodontologie ...

Zürich, Schweiz · Dr. med. dent. / Fachzahnarzt für Parodontologie · Zahnarztpraxis Löwenzahn **Naef Felix. Fachzahnarzt** für Parodontologie, Inhaber **Zahnarztpraxis Löwenzahn.** **Zahnarztpraxis Löwenzahn** Universität Zürich. Zürich, Schweiz66 Kontakte.

<https://www.zahnarztvergleich.ch> > zahnarzt-Zahnarztpr... ▾

Dr. Augustin, Dr. Naef, Dr. Milovanovic Zahnarztpraxis ...

Zahnarztpraxis Löwenzahn, Dr. Augustin, Dr. Naef, Dr. Milovanovic, in 8001 Zürich. Der Taxpunktwert ist 4.10 und für Dentalhygiene 4.10.



Fotos ansehen · Von außen ansehen

Zahnarztpraxis Löwenzahn

Website · Route · Speichern · Anruf

5.0 ★★★★★ 17 Google-Rezensionen

Zahnarzt in Zürich

Befindet sich in: Schmidhof

Adresse: Löwenstrasse 2, 8001 Zürich

Öffnungszeiten: Geöffnet · Schließt um 17:30 ▾

Sicherheit und Gesundheit: Termin erforderlich · Schutzmaske erforderlich · Temperaturmessung erforderlich · Mitarbeiter tragen Schutzmasken · Temperaturmessung bei Mitarbeitern · Mitarbeiter müssen Kontaktflächen nach Kundenbesuchen desinfizieren · [Weitere Details](#)

Telefon: 044 211 80 08

[Änderung vorschlagen](#) · [Inhaber dieses Unternehmens?](#)

Fragen und Antworten

Als Erster eine Frage stellen [Fragen stellen](#)

Stoßzeiten

MO DI MI DO FR SA SO

👤 11 Uhr: Normalerweise am stärksten besucht



Conversion Rate Optimierung: Kontaktmöglichkeiten

+41 79 616 51 97 | daniel@daniel-huenebeck.ch

DHD Daniel Huenebeck Digital
marketing+consulting

Über mich Digital Marketing Experte ▾ Angebot ▾ In der Presse Kontakt

LinkedIn Schulung & Training für KMUS

- optional mit Sales Navigator (Social Selling)
- als Online- oder als Präsenzs Schulung

LinkedIn ist mit ca. 2.2 Mio. Nutzern das grösste auf Beruf & Karriere spezialisierte soziale Netzwerk in der Schweiz. Als Unternehmen ergeben sich für Sie vielfältige interessante Nutzungsmöglichkeiten: **von Content Marketing, über Werbung, Social Selling, Employer Branding bis hin zum Recruiting.** In diesem auf Ihre Bedürfnisse genau zugeschnittenen Workshop erfahren Sie wie Sie LinkedIn für Ihr Unternehmen und Ihre Unternehmensziele optimal nutzen. Und dies ganz **Hands-On anhand vieler praktischer Beispiele und Übungen.**

Überblick der LinkedIn Schulung

- Welche **Darstellungsmöglichkeiten** gibt es für Unternehmen
- Wie sieht ein **professionelles Profil** optimal aus
- Welche **Werbemöglichkeiten** gibt es
- Wie kann man LinkedIn für den Vertrieb nutzen («**Social Selling**», ob mit oder ohne «**Sales Navigator**»)
- Wie können Sie über LinkedIn **neue Mitarbeiter gewinnen**
- Was sind **LinkedIn Gruppen** und wie können Sie diese nutzen

Agenda des LinkedIn Trainings

- Einführung, aktueller Status Quo und Marktforschung
- LinkedIn Strategie: Wer sollte auf LinkedIn präsent sein?
- Profilerstellung und Best Practice für ein optimales Profil
- Mehrsprachige Profile
- Generierung von LinkedIn Followern (Abonnenten)
- LinkedIn als Content Marketing Plattform
- Welche Inhalte eignen sich auf LinkedIn zu posten?
- Erfolgskennzahlen für LinkedIn
- Social Selling mit dem LinkedIn Sales Navigator oder wie man Vertrieb auf LinkedIn machen kann
- Finden Sie potentielle Mitarbeiter mit LinkedIn Recruiter
- LinkedIn Gruppen – macht es Sinn eine zu gründen oder wie kann ich von ihnen profitieren
- **LinkedIn Sales Navigator für Social Selling (auch als separate Schulung möglich)**

Unverbindliche Anfrage für eine Schulung



Design: Themeforest.net Templates für ca. USD 50

2021's Best Selling WordPress Themes - WordPress Templates - updated weekly.

More Best Selling WordPress:

+ Blog / Magazine + Creative + Corporate + Retail + Technology + Nonprofit + Entertainment + Wedding + Miscellaneous + Mobile + BuddyPress + eCommerce + Re

Price is in



Avada | Website Builder For WordPress & W...
by ThemeFusion in Business

\$60
★★★★★ (24.5K)
2K Sales

Preview 



#1 Best Selling WooCommerce Theme
The perfect theme for any WordPress or WooCommerce Site

\$59
★★★★★ (6.6K)
634 Sales

Preview 



THE 7 the MOST CUSTOMIZABLE theme on the market and #1 BEST-SELLING theme for Elementor & WPBakery

The7 — Website and eCommerce Builder for...
by Dream-Theme in Corporate

\$39
★★★★★ (8.2K)
528 Sales

Preview 



Be The Biggest WordPress & WooCommerce Theme with 600+ pre-built websites

Betheme | Responsive Multipurpose WordPr...
by muffingroup in Business

\$59
★★★★★ (6.2K)
469 Sales

Preview 



B The Best Selling Creative Theme Now with Elementor

Bridge - Creative Multipurpose WordPress T...
by QODE in Creative

\$59
★★★★★ (6.4K)
427 Sales

Preview 



porto The Best WordPress + WooCommerce Theme #1 Best Rated Theme! Through Top 20 Weekly Popular Wordpress Themes

Porto | Multipurpose & WooCommerce Theme
by p-themes in Woocommerce

\$59
★★★★★ (3.1K)
290 Sales

Preview 

E-Mail-Marketing (v.a. Newsletter)

Ziele von E-Mail-Marketing: Alles rund um Kundenbindung



- Erhöhung der Kundenloyalität / -bindung
- Generierung von Wiederholungsbesuchen
- Intensiverer Kundenkontakt
- Cross-Selling; Up-Selling
- Promotion von neuen Produkten
- Reaktivierung von Kunden

Vorteile von E-Mail Marketing

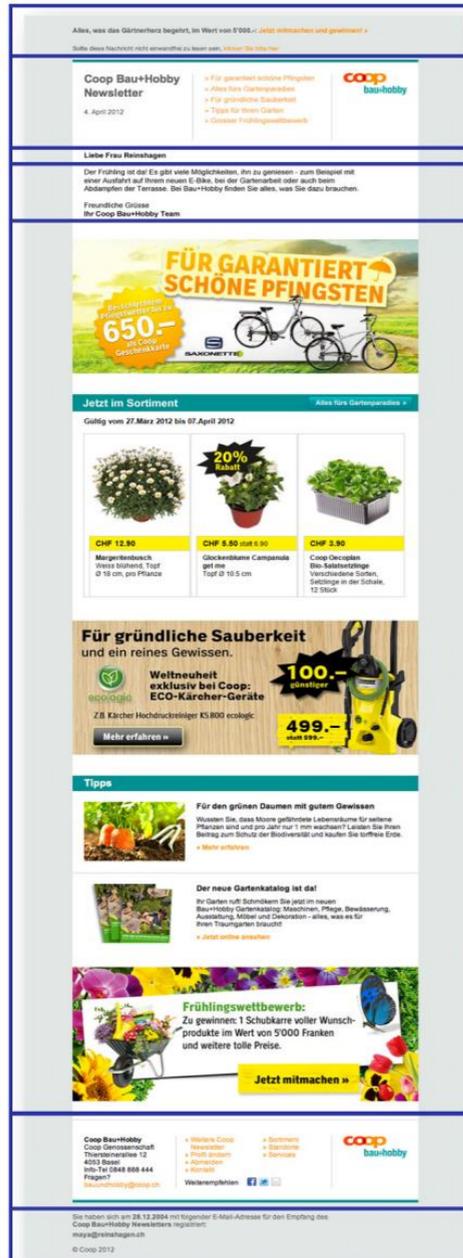


- Kosten: geringe Produktions- und Versandkosten
- Geschwindigkeit: schneller Versand ohne lange Vorlaufzeiten
- Aktualität: Inhalte können kurz vor Versand oder sogar in der versendeten E-Mail aktualisiert werden
- Individualität: Kundenindividuelle Angebote und Inhalte
- Response: z. B. User kann direkt nach Klick kaufen
- Erfolgskontrolle: detaillierte Auswertungen – auch in Echtzeit - möglich

Nachteile von E-Mail Marketing

- Zu hohe Anzahl: Wir erhalten zu viele E-Mails am Tag
- Spam-Problem: Über 60% der E-Mails sind Spam
- Spamfilter-Problem: Nicht alle E-Mails kommen an
- Aufmerksamkeit: Die meisten Newsletter werden nur überflogen, wenige komplett gelesen, einige sofort gelöscht

Aufbau einer E-Mail



- Pre-Header
- Header
- Anrede und Editorial

- Inhalt

Templates gibt es auf Themeforest.net für USD 20

- Impressum
- Abmeldemöglichkeit und Abonnenteninformation

Konzepte für spannende E-Mail-Betreffzeilen



- Die "Wenn-Dann"-Betreffzeile
 - Beispiel-Betreff: "Wenn du deinen ROI steigern willst, solltest du dieses Tool herunterladen"
- Die Cliffhanger-Betreffzeile
 - Zum Beispiel: Exklusiv und nur für Dich: Der neue... / 56 Prozent mehr Umsatz durch die Verwendung von...
- Die "persönliche Frage"-Betreffzeile
 - Ein Beispiel für jede Kategorie: Wo siehst du dich in zehn Jahren? (Träume) / Nimmst du auch zu viel gefährlichen Zucker zu dir? (Ängste) / Ist deine Webseite auch wirklich für Google optimiert? (Wünsche)
- Die "Dein XYZ ist da!"-Betreffzeile
 - Hier sind drei Beispiele: Deine vegetarischen Rezepte sind da! / 7 Fitness Trends warten auf dich! / Hier sind deine 10 SEO-Tipps

Betreffzeilen mit Emojis

BETREFF:  Secret SuperSale: 24H – viele Traumziele auf der Sonderpreisliste

Secret Escapes, Anbieter für Reisen

BETREFF: Working out just got waaaay cuter  

Skinny Mint

BETREFF:  Pizza, Pasta & Prosecco: 4 Tage Rom im 4* Holiday Inn ab 99€ inkl. Flügen

Urlaubspiraten.de

BETREFF:  Nur noch für kurze Zeit: M·A·C Caitlyn Jenner Kollektion

MAC Cosmetics

BETREFF:  Nordamerika zum Knallerpreis! Boston, Miami, Fort Myers und Orlando für unter 300€

Urlaubspiraten.de



für Termine



für Geburtstag



für Reiseangebote



für Flash Sales



für eine Feier



für Hunger



für emotionale Neuigkeiten



für Geheimnisse

...und viele mehr

Beispiel schlechte Betreffzeile



Comparis Newsletter <newsletter@email.comparis.ch>

nl@daniel-huenebeck.ch

08.04.20

Tipps für Konsumenten Nr. 04 2020

[Online-Version](#)

comparis.ch

Konsumenten-News



Warme Winter: Pollen und Zecken kommen immer früher

Allergiker leiden wegen des warmen Wetters schon früher an Heuschnupfen, doch damit nicht genug. Auch die Zecken sind schon aktiv. Die Blutsauger gefährden die Gesundheit dieses Jahr früher als üblich.

[Das will ich lesen](#)

In dieser Ausgabe:

Warum professionelle E-Mail-Software und kein Outlook?



- Personalisierte Inhalte: Kundenindividuelle Angebote und Inhalte
- Gestaltung: Korrektes Anzeigen in unterschiedlichen E-Mail-Clients und E-Mail-Providern
- Zustellbarkeit: Whitelisting und Bounce-Handling
- Erfolgsmessung: Öffnungsraten, Klicks, Anzahl zugestellter E-Mails, etc.

Professionelle E-Mail-Software für KMUs

- Sendinblue (früher:Newsletter2Go)
- CleverReach
- Rapidmail
- Mailchimp



Europäische Anbieter

Amerikanischer Anbieter



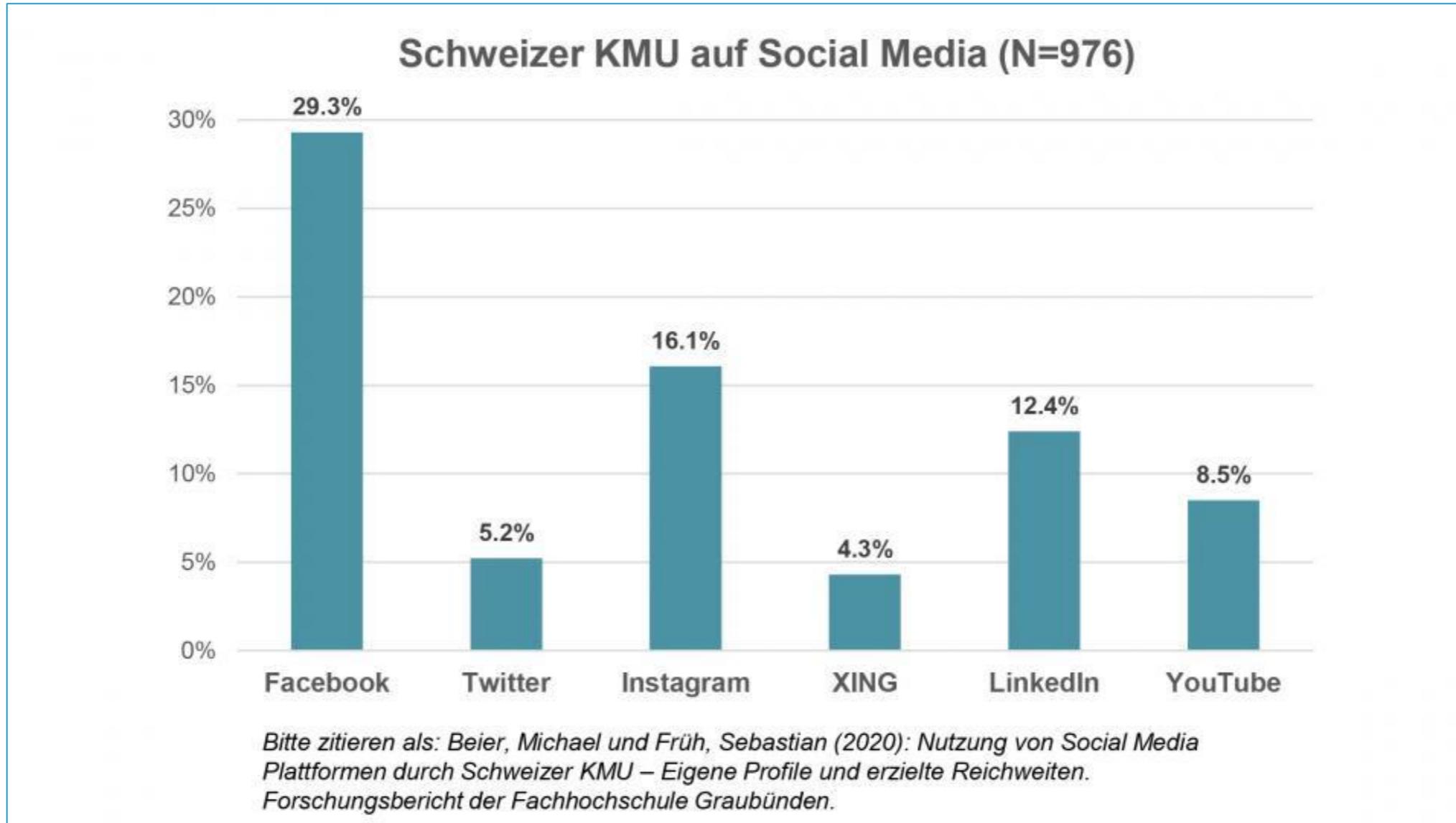
Social Media

KMU
Digital

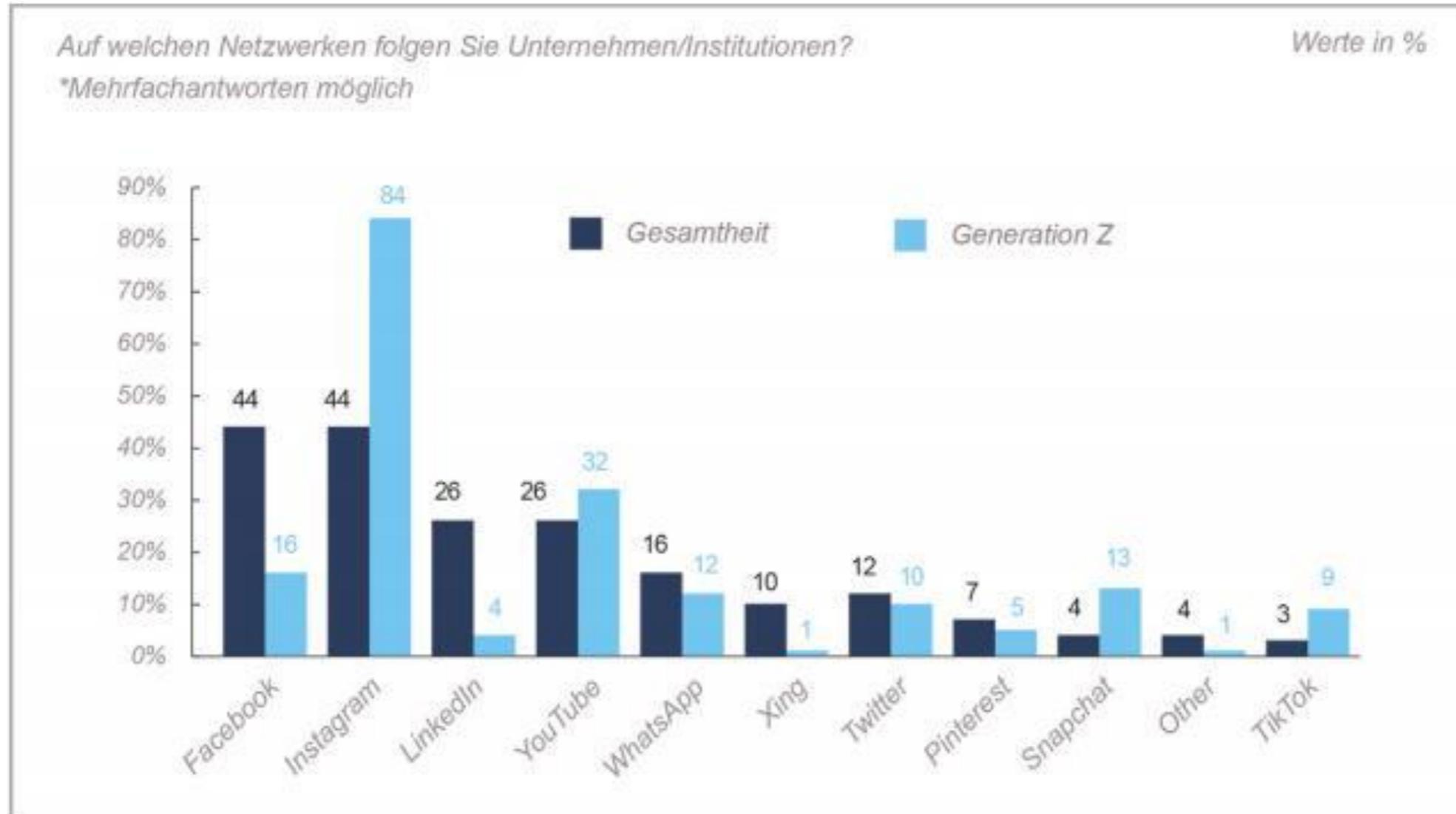
Es gibt viele Social Media Plattformen

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- Pinterest
- Twitter
- YouTube
- Snapchat
- LinkedIn
- ~~Google+~~
- Blogs
- ...und vieles mehr

Lieber auf wenigen
Plattformen präsent sein,
dafür gut und regelmässig!



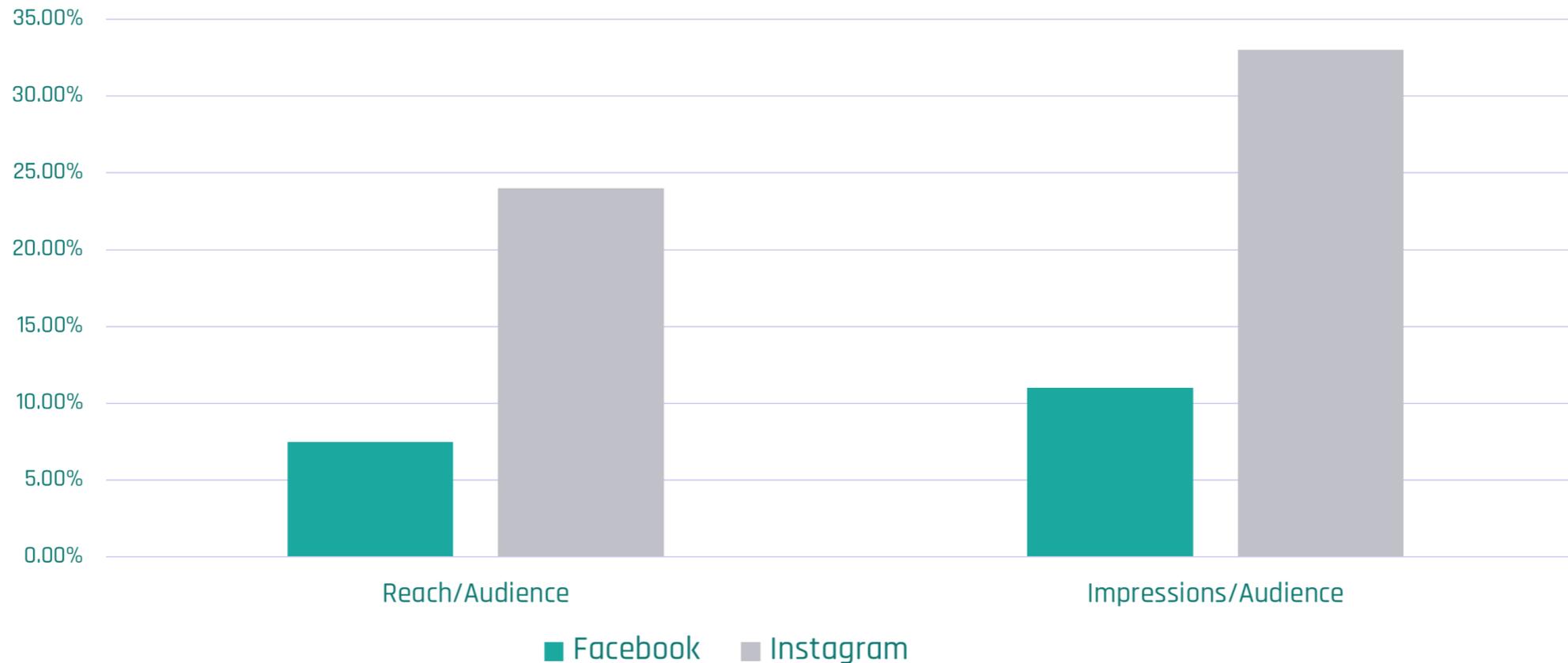
Social Media Studie 2020: Instagram wird zum gemeinsamen Nenner der Generationen



Social Media ist heute vor allem ein bezahlter Kanal

Organic Reach is Higher on Instagram Compared to Facebook

Median Organic Reach and Impressions on Facebook and Instagram



Source: Socialbakers Data

Data Range: March – September 2017

Data Sample: 169,379 organic Facebook posts, 44,606 organic Instagram posts

Social Media Strategie (1)



- Status quo prüfen:
 - Wo sind bereits Auftritte vorhanden? Was davon soll weiter genutzt werden?
 - Wie kommuniziert das Unternehmen, wie können Social Media diese Kommunikation unterstützen?
 - Was macht die (grosse) Konkurrenz in diesem Bereich? Was kann man davon lernen?
 - Welche Ressourcen stehen zur Verfügung?
- Zielgruppe analysieren:
 - Wen möchte man ansprechen?
 - Welche Interessen und Bedürfnisse hat die Zielgruppe?
 - Buyer Personas anlegen
- Kanäle auswählen:
 - Wo ist die Zielgruppe (vornehmlich) aktiv?
 - Was sind die Besonderheiten der Kanäle, die berücksichtigt werden müssen?

Social Media Strategie (2)



- Content-Plan erarbeiten:
 - Was sind relevante Themen mit Mehrwert für die Zielgruppe?
 - Welcher Inhalt kann passend für Zielgruppe und Kanal erstellt werden?
 - Anlegen eines Content- und Redaktionsplans
- Ressourcen und Kontrollen einplanen:
 - Welche personellen und finanziellen Möglichkeiten gibt es?
 - Wie können Erfolge gemessen werden?

- Ich folge @xyz, weil...
- Definition von Content-Säulen
 - z.B. Hotel, Umgebung, Festlichkeiten, Hotelmitarbeiter,...
- Über welche Themen wisst ihr viel?
- Hilft Euch das Posten darüber, Eure Ziele zu erreichen?
- Welchen Wert könnt Ihr mit dem Thema erzeugen?
- Warum würde jemand Eurem Unternehmen folgen?
 - weil sie Eure Produkte mögen
 - weil sie Neuigkeiten als erstes erfahren
 - weil sie etwas lernen werden

Tipps für kleine Unternehmen



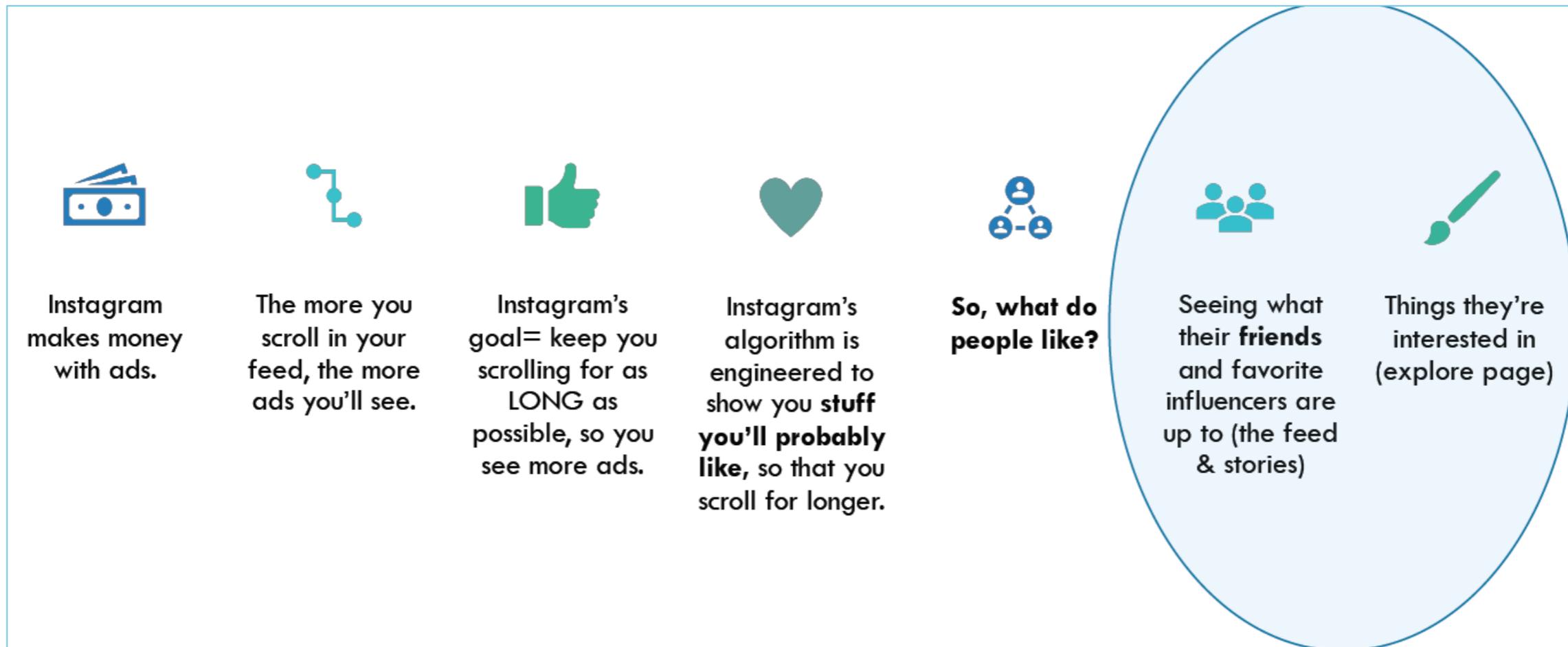
- Authentische (Bild-)Sprache mit Wiedererkennungswert schaffen
- Dem Unternehmen ein «Gesicht geben»: Wer steht für das Unternehmen in der Social-Media-Kommunikation? Ein fester Mitarbeiter, der Chef, eher weniger der Azubi?
- Andere Mitarbeiter mit ins Boot holen, sodass gemeinsam das Unternehmen authentisch präsentiert werden kann
- Insights aus dem Unternehmensalltag bringen: Unternehmensmeilensteine, Mitarbeitervorstellung, Event-Vorstellung und -Begleitung etc.
- Eigene, feste Momente kreieren, die kleine Alltagseinblicke aus dem Unternehmen zeigen

Best Practice Beispiel



Die Social Media Algorithmen

- Der Algorithmus verhindert dass alle Freunde/Abonnenten meine Beiträge sehen.



Wie oft posten?



- **Facebook und Instagram:** mehrere Stories pro Tag, mehrere Posts pro Woche
- **LinkedIn:** 1-3 Mal pro Woche
- **YouTube:** 1x pro Woche
- **Twitter:** täglich



Fazit

Zusammenfassung



- Investiert so viel Zeit wie nötig ist (neues vs. etabliertes Business)
- Konzentriert Euch lieber auf wenige Massnahmen, setzt diese dafür wirklich gut um («operational excellence»)
- Lasst Euch von ähnlichen Unternehmen (idealerweise aus dem Ausland) «inspirieren» («Best Practices»)
- In jedem Fall solltet ihr eine gute Website haben, die alle nötigen Informationen enthält (für Neu- und Bestandskunden)
- Nutzt Newsletter Marketing um das meiste aus den Bestandskunden herauszuholen
- Entscheidet Euch für ausgewählte Social Media Kanäle und bespielt diese regelmässig (Voraussetzung: ihr fühlt Euch wohl dabei)



Daniel Hünebeck

address

Kirchstr. 6
CH-8807 Freienbach
T +41 (0)79 615 51 97
E daniel@daniel-huenebeck.ch

Online

www.daniel-huenebeck.ch
linkedin.com/in/daniel-huenebeck
www.xing.com/profile/Daniel_Huenebeck

Danke, Grazie,

MERCI!



FACEBOOK



Fragen?

Die 3 matchentscheidenden Online-Marketing-Disziplinen für KMU

Daniel Hünebeck

Senior Digital Marketing Strategist | Freelancer, Consultant, Speaker & Lecturer



localsearch FACEBOOK

