

Online Marketing Grundlagen

Stand: 29.11.2022

Was ist Online-Marketing?

Ob die Produkte oder Dienstleistungen, auf die sich die Maßnahmen des Internet-Marketings beziehen, online oder über die klassischen Vertriebskanäle verkauft werden, ist dagegen unerheblich. So können selbst Unternehmen, die ihre Produkte ausschließlich in einem lokalen Ladengeschäft anbieten, mit Internet-Marketing zur Umsatzsteigerung beitragen.

Dank der vielfältigen Online-Marketing-Maßnahmen ist nicht einmal mehr zwangsläufig eine eigene Website notwendig, um mit Web-Marketing Erfolge zu erzielen. Dennoch ist eine eigene Internetpräsenz vielfach wesentliche Voraussetzung für Web-Erfolge, weil hier alle Maßnahmen zusammenlaufen und gebündelt werden. Mit einer **eigenen Website** können Unternehmen die Informationen über sich zu einem wesentlichen Teil steuern, die Interessenten finden, wenn sie online nach der Firma suchen. Eine eigene Internetpräsenz gehört für Unternehmen heute zum Standard der Außendarstellung. Diese sollte über eine einfache gut durchdachte Navigation verfügen, eine hohe Usability aufweisen und den Usern leicht verständlich und anschaulich präsentiert darbieten.

Internet-Marketing unterteilt sich in **verschiedene Teilgebiete**:

- Social Media Marketing
- Suchmaschinenmarketing
- Affiliate Marketing
- E-Mail Marketing
- Referral Marketing.

Vorteile

Web-Marketing bietet Unternehmen im Vergleich zum klassischen Marketing zahlreiche Vorteile: So lassen sich bei online durchgeführten Marketing-Maßnahmen auch **mit einem relativ geringen Budget enorme Reichweite erzielen. Gerade virale Kampagnen besitzen ein erhebliches Potential, um große Reichweiten zu erzielen, die zur Erhöhung der Markenbekanntheit und zur Umsatzsteigerung beitragen. Außerdem können innerhalb des Web-Marketings die verschiedenen Zielgruppen gezielter angesprochen werden. Zudem ist es mit einzelnen Internet-Marketing-Instrumenten für Unternehmen einfach, mit Kunden und potentiellen Kunden ins Gespräch zu kommen.**

Grundlagen für erfolgreiches Web-Marketing

Basis des Weberfolges sind in jedem Fall die Grundlagen des Web-Marketings, die sich nicht wesentlich von denen klassischer Marketing-Formen unterscheiden. Auf den Grundlagen bauen schließlich alle weiteren online umgesetzten Maßnahmen auf. Das bedeutet:

- kontinuierlich Präsenz zeigen

- Begehrlichkeiten und Sehnsüchte wecken
- Individuell und emotional sein
- den Kunden einen Mehrwert bieten, der über den marktüblichen Standard herausgeht
- Ziele in einer persönlichen Internet-Marketing-Strategie gewinnbringend und zielführend umsetzen.

Wie im herkömmlichen Marketing führt letztendlich auch im Web-Marketing **Kontinuität** zum Erfolg. Denn nur mit kontinuierlich durchgeführten Maßnahmen schaffen Unternehmen **Verlässlichkeit**, die zum Aufbau von Vertrauen wesentlich ist. Daher genügt es im Internet-Marketing nicht, gelegentlich einen Facebook-Post zu verfassen, vielmehr müssen die Social-Media-Kanäle regelmäßig bedient werden, um sich kontinuierlich im Gedächtnis der [Zielgruppe](#) zu verankern.

Online-Marketing-Formen

Für effektives [Online-Marketing](#) stehen Unternehmen wie im klassischen Marketing verschiedene Formen zur Verfügung, die mit einander kombiniert werden können und einander auf diese Weise ergänzen.

Social Media Marketing

[Social Media Marketing](#) dient dazu, die Bekanntheit einer Marke durch die gezielte Verbreitung von Informationen über soziale Netzwerke zu erhöhen. Dazu zählen **Facebook, Twitter und YouTube**. Social Media Marketing bietet Unternehmen die Möglichkeit, unmittelbar mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten. Auch können bestimmte Zielgruppen mittels beworbenen Postings noch systematischer erreicht werden. Diese Marketing-Form kommt meist im Rahmen des Content Marketings zum Einsatz. Auch können Unternehmen die verschiedenen Social-Media-Kanäle zum effektiven Customer Relation Management verwenden.

Suchmaschinenmarketing

Das Suchmaschinenmarketing, Englisch „Search Engine Marketing“, kurz SEM, zielt darauf ab, die Sichtbarkeit einer Website in den Ergebnissen einer Suchmaschine zu erhöhen. SEM unterteilt sich noch einmal in **Search Engine Advertising (SEA)** und **Suchmaschinenoptimierung (SEO)**. Beim SEA – der Suchmaschinenwerbung – soll die Sichtbarkeit durch bezahlte Anzeigen verbessert werden, SEO beschreibt dagegen Maßnahmen der Onpage- sowie [Offpage](#)-Optimierung, die zum besseren Ranking in der organischen Suchergebnisliste beitragen.

E-Mail-Marketing

Das [E-Mail-Marketing](#) soll vor allem zur **Kundenbindung** beitragen und so langfristig die **Umsätze des Unternehmens zu erhöhen**. In regelmäßig versandten [Newslettern](#) werden Kunden und Interessenten über Neuigkeiten zum Unternehmen oder die angebotenen Produkte sowie spezielle Angebote wie Rabattaktionen informiert. Damit die Newsletter von den Empfängern auch gelesen werden, muss die Werbebotschaft subtil verpackt werden und den Lesern ein Mehrwert geboten werden.

Banner-Werbung

Banner-Werbung präsentiert sich im Internet-Marketing als relativ **klassische Werbeform**. Auf einer

Website werden Banner in Form einer Grafik- oder Animationsdatei eingeblendet, welche die Produkte eines Onlineshops bewerben. Über einen eingebauten Hyperlink gelangen Interessenten durch einen Klick direkt zu dem jeweiligen Onlineshop.

Affiliate Marketing

[Affiliate Marketing](#) stellt **eine Vertriebsart** dar, bei der ein Händler, der Merchant, und ein Webseitenbetreiber, der Publisher, eine Partnerschaft eingehen. Der Merchant schaltet auf der Website oder anderen Vertriebskanälen des Publishers einen Banner als [Werbemittel](#). Über einen integrierten Hyperlink gelangen Interessenten direkt zum Onlineshop des Merchants. Für die Vermittlung erhält der Publisher eine Provision

Referral Marketing

Referral Marketing setzt auf ein **Empfehlensystem**. Mittels online publizierter Empfehlungen soll die Bekanntheit einer Marke oder eines Produktes erhöht werden. Meist werden für das Referral Marketing die verschiedenen Social-Media-Kanäle genutzt. Marketing

Influencer Marketing

[Influencer](#) Marketing basiert wie Referral Marketing auf Empfehlungen. Beim Influencer Marketing gehen die **Empfehlungen** für eine Marke oder ein Produkt allerdings von einflussreichen Personen wie beispielsweise Prominenten und bekannte Bloggern aus.

Content Marketing

Content Marketing will zur Markenbekanntheit durch die **Verbreitung hochwertiger Inhalte** beitragen. In Form von Bild-, Text- und Videobeiträgen will das Unternehmen seine Expertise in seiner Branche beweisen und auf diese Weise eher indirekt die eigene Bekanntheit steigern.

Performance Marketing

[Performance Marketing](#) bezieht sich auf **messbare Reaktionen beim Konsumenten**, die durch den Einsatz verschiedener Internet-Marketing-Instrumente erreicht werden sollen. Im Vordergrund steht hier die gezielte Kundenansprache durch die verschiedenen Werbemittel. Dabei kommen Analysen und auf Machine Learning basierende Programme zum Einsatz. Ziel der kontinuierlich durchgeführten Optimierungen ist es, den Umsatz zu steigern.

Ausblick

Als relative junge Disziplin erfährt Online-Marketing durch die rasant fortschreitende technische Entwicklung **permanent Veränderungen**, die zur effektiven Umsetzung ein umfangreiches Knowhow erfordert. Durch den raschen Fortschritt im Techniksektor ist in naher Zukunft mit weiteren Instrumenten zu rechnen, die sich die Marketingexperten zunutze machen werden.

Von entscheidender Bedeutung für eine erfolgreiche Internet-Marketing-Strategie ist vor allem eine

geschickte, gut durchdachte Kombination der verschiedenen Instrumente. Die Vorzüge des Online-marketings liegen vor allem in der guten Messbarkeit. Auch hier sind zukünftig neue Entwicklungen zu erwarten.

Profitieren Sie von Löwenstark als [Online-Marketing-Agentur](#) von Erfahrung und Expertise aus über 2.500 Projekten. Nehmen Sie jetzt Kontakt auf!