Onlineshop Marketing

Stand: 02.10.2026

Die eigene Zielgruppe kennen: Zielgruppen Marketing

Nicht immer ist es von Vorteil, möglichst viele potentielle Kunden auf seine Seite zu locken. Solche Besucher erhöhen den Bekanntheitsgrad des Onlineshops nicht, sondern verlassen ihn eventuell sogar frustriert nach wenigen Sekunden. Eine **Analyse der relevanten Zielgruppe** ist ausschlaggebend für einen funktionierenden Onlineshop mit zufriedenen Kunden. Bei einer ansprechenden Präsentation der eigenen Waren und/oder Dienstleistungen werden die Kunden hingegen entsprechend ihrer Zielgruppe gerne auf der Seite des Webshops verweilen. Und die Länge dieser Verweildauer honoriert Google zum Beispiel mit besserem Page-Ranking. Für hohe **Konversionsraten** spricht natürlich auch eine **gute Usability**, ohne die kein Onlineshop auf Dauer Erfolg haben wird.

Erhöhen der Reichweite: Social Media Marketing



Man stelle sich vor, es gibt ein wunderbares Produkt in einem spannenden Onlineshop, nur niemand weiß davon. Deswegen ist es wichtig, über seinen Shop zu sprechen. Die Kanäle der sozialen Netzwerke, wie Twitter, Tumblr, Instagram, Facebook, etc. eignen sich hervorragend, um die Bekanntheit der Produkte und ihre Einmaligkeit zu verbreiten.
Besonderes Augenmerk liegt auf der **individuellen Ansprache** des potentiellen Kunden und der damit verbundenen Bindung an den Onlineshop. Auch hier gilt:
Die *Leidenschaft des eigenen Projektes spürbar machen*, denn dadurch baut sich **Vertrauen zum Kunden** auf.

Newsletter und Co.: E-Mail Marketing

Gezieltes E-Mail Marketing in der one-to-one-Kommunikation ist in der **modernen Kundenpflege** unumgänglich und kann den Kundenkontakt ausbauen, festigen und stärken. Sei es als klassischer **Newsletter** oder **E-Mailing** bei besonderen Aktionen des Onlineshops. E-Mails, die auf Wunsch des Kunden versandt werden, genießen noch immer eine hohe Akzeptanz. Ein großer Teil der Empfänger tätigt Käufe in Onlineshops nur aufgrund dieser E-Mails. So kann durch regelmäßige E-Mails mit relevanten Inhalten auf spezielle Angebote aufmerksam gemacht werden oder der Shop ruft sich bei dem potentiellen Kunden erneut in Erinnerung.

Starke Partner: Affiliate Marketing



Erfolgreiche Partner im Onlineshop Marketing zu finden ist kein Glücksspiel. Mit den richtigen Affiliate Partnern können Reichweite und Akzeptanz des eigenen Onlineshops gesteigert werden und führen so zu einer höheren Kundenbindung.
Auch die Akzeptanz und das Vertrauen der Kunden werden so zu einem Erfolgsfaktor, der nicht zu unterschätzen ist. Außerdem kann durch Affiliates die Zielgruppe weiter eingeschränkt werden. Das bedeutet, dass auch nur Kunden den Shop besuchen, die thematisch an den Produkten interessiert sind. **Affiliate Marketing** ist also eine Win-win-Situation für Shopbetreiber sowie Kunden. Eine weitere Möglichkeit zur **Reichweitenerhöhung** ist der Kontakt zu Bloggern. Mittels Sponsored Posts können Produkte auf Webseiten von Bloggern präsentiert werden und zugleich mit einem Link auf den Onlineshop verweisen.

Ein Blog / Informationsbereich mit Fachrtikeln ist oft ein schneller Weg zum Kunden und fördert die Kommunikation. Der Blogger ist Spezialist und weiß über sein Gebiet Bescheid. Er vermittelt so eine hohe Fachkompetenz. Des Weiteren kann über eine Verlinkung in einem Blog auch der Onlineshop eine *höhere Platzierung im Suchmaschinenranking* erhalten.

Die Grundlage: SEA und SEO



OnPage-Optimierungen mit qualitativ hohen Inhalten und eine gutdurchdachte Website sind nach wie vor wichtige Faktoren für ein gelungenes Marketing.
Neben einem hohen **Page-Ranking** zählt für den Onlineshop unter anderem Google AdWords zu dem Tool, das erfolgreiches Marketing garantiert. Es bietet durchschlagende Wirkung für die Werbung der eigenen Produkte oder Dienstleistungen im Internet. So kann die relevante Zielgruppe punktgenau erreicht und eingekreist werden. Mittels Sponsored Links kann sich ein Unternehmen an oberster Stelle positionieren und durch Keyword-Advertising für seinen Onlineshop besonders gute Ergebnisse erzielen

Fazit

Mit den richtigen Tipps und Tricks aus dem Marketing-Mix ist es nicht schwierig, seinen Onlineshop positiv im World Wide Web zu vermarkten und seine Kunden dauerhaft zu binden. Man muss sie nur kennen, dann steht einem **erfolgreichen Start** in der E-Commerce-Branche nichts mehr im Weg.

Von Performance- und Brand-Marketing bis Konzeption von Webseiten und Onlineshops – Löwenstark ist Ihre Online-Marketing-Agentur für eine ganzheitliche 360-Grad-Betreuung!