

E-Marketer-Fortbildung:

Modul BM01: Grundlagen des digitalen Marketing

Aufgabe - Arbeit an einer Fallstudie

Fallstudie:

Als neuer Manager im Bereich Digital-Marketing der Süßwarenfirma „Sugarland“ sind Sie für die gesamte digitale Kommunikation und PR-Arbeit verantwortlich. Bislang hat Sugarland lediglich traditionelles Marketing betrieben. Sie sind jedoch der Ansicht, dass der Umsatz deutlich steigen könnte, würde man sich verstärkt digitalem Marketing widmen. Es liegt nun an Ihnen, die anderen „traditionellen“ Marketing-Mitglieder Ihres Teams vom hohen Potenzial des digitalen Marketing zu überzeugen und sie mit dessen Grundlagen vertraut zu machen.

- 1) Denken Sie zu diesem Zweck über die Unterschiede zwischen traditionellem und digitalem Marketing nach. Fassen Sie die Vor- und Nachteile zusammen, die Sie
 - a. für die Funktion des Marketingspezialisten im Allgemeinen und
 - b. für Ihr Unternehmen/Ihre Organisation, für das/die Sie tätig sind, sehen (sofern dies beruflich auf Sie zutrifft).
- 2) Erläutern Sie, warum eine strategische Herangehensweise an digitales Marketing erforderlich ist.
- 3) Benennen Sie Hauptmerkmale eines Finanz- und Handlungsplans. Skizzieren Sie einen solchen Plan für Ihr Team im Rahmen dieser Fallstudie.
- 4) Was bedeutet der Begriff „digitale Marketing-Taktik“? Führen Sie die wichtigsten digitalen Marketing-Taktiken auf und erläutern Sie diese Ihrem Team.