

Fortbildung - E-Marketer:

Modul BM02: Unternehmensstrategie

Gruppenaufgabe

Als E-Marketer müssen Sie einen Plan für die E-Marketing-Aufgaben erstellen und Anleitung für deren Umsetzung bieten. Entwerfen Sie einen realistischen Plan, verteilen Sie die Aufgaben und begleiten Sie deren Umsetzung.

1. Entscheiden Sie, welche Art von Produkten/Dienstleistungen Ihr Team über das Internet verkaufen möchte.
2. Erstellen Sie eine *Value Proposition* (ein Nutzenversprechen) wie etwa. Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Produkt- und Prozessinnovation, Umsatzsteigerung, Kosteneinsparungen etc.

Nachdem Sie diese Fragen beantwortet haben, fahren Sie mit den folgenden Schritten fort:

Situationsanalyse - Wo stehen wir jetzt?

- Welche digitalen Kanäle nutzen unsere Kunden?
- Wie erfüllen unsere Wettbewerber die Bedürfnisse unserer Zielkunden?
- Welche digitalen Marketing-Taktiken setzen sie ein?
- Wie können wir uns von unseren Mitbewerbern abheben?

Ziele - Wo möchten wir hin?

- Wie stellen wir die Ausrichtung auf unsere Unternehmensziele sicher?
- Wie lauten die wichtigsten Ziele in Form der 5S (Sell (verkaufen) - Umsatz steigern, Serve (dienen) - Mehrwert schaffen, Speak (sprechen) - Kundennähe durch Dialog und Beteiligung, Save (sparen) - Kosten sparen, und Sizzle (z. Dt. brutzeln) - Ihre Marke online ausbauen)?

Strategie - Wie kommen wir dort hin?

- Wie positionieren wir uns, um einen Wettbewerbsvorteil zu erlangen?
- Wie werden die Ziele des digitalen Marketingplans erreicht?
- Welche Botschaften, Technologien und Kanäle werden wir nutzen?

Taktiken z.B. Content-Marketing, Social-Media-Marketing, E-Mail-Marketing, Online-PR, SEO, Pay-Per-Click-Marketing, Native-Advertising (Werbung im bekannten Umfeld) etc.