

## Online-Marketing braucht eine Strategie

Stefan Greiner, Februar 2023

Viele Unternehmen und Online-Marketer beginnen ihre Online-Marketing-Aktivitäten, ohne sich Gedanken darüber zu machen, auf welche Strategie diese einzahlen sollen. Am Anfang stehen oftmals erste Erfahrungen mit einzelnen Kanälen und Instrumenten wie z. B. Google Ad Words, SEO oder E-Mail-Marketing. Später folgen nach und nach weitere taktische Online Marketing-Maßnahmen, um oft erst Jahre später festzustellen, dass alle diese Maßnahmen für sich – also im Silo – betrachtet werden und eine ganzheitliche Strategie als Klammer für alle Einzelmaßnahmen fehlt.

### Den Strategie-Prozess starten

Bevor Sie eine Online-Marketing-Strategie ausarbeiten, sollten Sie sich zuerst einmal Ihre übergeordnete Unternehmensstrategie sowie Ihre Marketing-Strategie bewusst anschauen. Die Marketing-Strategie ergibt sich aus der Unternehmensstrategie, und die Online-Marketing-Strategie leitet sich von der Marketing-Strategie ab. Zu guter Letzt erarbeiten Sie die Online-Marketing-Kanal-Strategie, die selbstverständlich Ihrer Online-Marketing-Strategie folgt. Alle Teil-Strategien stehen in Beziehung zueinander. Und alle sollten die übergeordnete Unternehmens- und Marketing-Strategie wirksam unterstützen.

Bei der Erstellung der Online-Marketing-Kanal-Strategie können Sie aus dem folgenden Menü auswählen:

- E-Mail-Marketing
- Social Media Marketing
  - Community Management
  - Social-Media-Werbung
- Suchmaschinenmarketing (SEM)
  - Suchmaschinenoptimierung (SEO)
  - Suchmaschinenwerbung (SEA)
- Usability/Conversion Rate Optimization (CRO)
- Content-Marketing
  - Content-Konzeption
  - Content-Produktion
  - Content-Distribution
- Online-PR
  - Medienarbeit
  - Blogger Relations
  - Influencer-Marketing
- Display-Werbung
- Affiliate Marketing
- Webanalyse

Wenn Sie sich Gedanken über Online-Marketing-Instrumente und –Kanäle machen, ist es sinnvoll, die wichtigsten Knotenpunkte im Netz – auch Gatekeeper genannt – zu berücksichtigen. Die wichtigsten Gatekeeper sind für die Verteilung eines Großteils des Internetverkehrs und der Onlineumsätze weltweit verantwortlich.

Aktuell handelt es sich hierbei in erster Linie um soziale Netzwerke, Suchmaschinen und Handelsplattformen. Die mit Abstand wichtigsten Gatekeeper sind derzeit Google, Facebook und Amazon. Sie sind deswegen gerade für neue bzw. unbekannte Unternehmen sehr interessant, um potenzielle Kunden auf die eigenen Angebote aufmerksam zu machen.

## Online-Marketing im Marketing-Mix

Nach Festlegung der strategischen Ziele muss der Marketing-Mix bestimmt werden. Der Marketing-Mix gibt vor, mit welchen Maßnahmen die strategischen Ziele erreicht werden sollen.



Abb. 1: Online-Marketing im Marketing-Mix, © Olaf Kopp, Aufgesang Inbound Marketing, 2017

Die **CONSENZUM Managementberatung** unterstützt mittelständische Unternehmen im Strategie-Prozess. Wir begleiten Sie bei der Entwicklung Ihrer Online-Marketing-Strategie und bei der entsprechenden Verzahnung mit Ihrer Unternehmensstrategie.

Stefan Greiner

**CONSENZUM - Managementberatung**  
greiner@consenzum.de | [www.consenzum.de](http://www.consenzum.de)

---

**Vertriebsentwicklung – Strategieentwicklung – Prozessoptimierung – Unternehmensnachfolge**

---

Quelle: Der Online Marketing Manager ISBN 978-96009-048-9