

Was ist Online-Marketing?

Was ist Online-Marketing?

Online-Marketing ist aus Marketing-Mix moderner Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Da sich die Präsenz potenzieller Kunden immer mehr auf den Onlinebereich verlagert, sind Unternehmen gezwungen sich im Internet zu präsentieren, um auf dem Markt zu bestehen. **Marketinginstrumente** lassen sich zeitlich synchron auf Kundenbedürfnisse ausrichten.

Geeignete **Marketing-Maßnahmen** lenken die Aufmerksamkeit der Besucher auf die eigene Webseite. Das **Schalten von Werbung** im Internet, das Studium von Kunden und Produkten, sowie die Optimierung eigener Logos sind nur ein Teil des Online-Marketings. Zur internetorientierten Optimierung zählen **Suchmaschinenmarketing, Social Media Marketing** und **Affiliate Marketing**.

Teilweise nutzen Unternehmen **Werbeportale und Videomarketing** als Sonderform des **Online-Marketings**. Aufgrund des Anstiegs der Smartphonennutzung gewinnen **Mobile Marketing** und Mobile-Optimierung von Websites an Bedeutung.

Im Gegensatz zum herkömmlichen Marketing, ist **Online-Marketing** nicht sehr kostenaufwendig. Die Wirksamkeit der Marketingmaßnahmen ist messbar. Das **Planen, Umsetzen und Optimieren** von Kampagnen sind zentrale Punkte im Online-Marketing. Kommunikationskonzepte und Kommunikationsmaßnahmen werden für das Social Web entwickelt.

Ziele des Online-Marketings

Ziele des Online-Marketings sind **Kundenbindung, Kundengewinnung und Kundenempfehlung**. Im Vordergrund steht die

Kommunikation mit dem Kunden. Das Unternehmen zielt darauf ab, sich über verschiedene Kanäle bei unterschiedlichen Zielgruppen bekannt zu machen. **Präsentation von Dienstleistungen und Angebote** stehen im Mittelpunkt. **Aufbau und Gestaltung der Unternehmenswebseite** haben enormen Einfluss auf die Kundenakquise.

Über Kunden werden **Informationen gesammelt** und für weitere Optimierung ausgewertet. Firmen sind bestrebt durch **Leadgenerierung** den Verkauf von Waren und Dienstleistungen anzukurbeln. Vor dem Aufstellen einer **Online Marketing Strategie** steht das **Definieren von Zielen**, um das Vorgehen darauf abzustimmen.

Display Advertising

Unter **Display Advertising** versteht man **Werbeformen im Internet**, wie zum Beispiel **Banner, Bild- und Audiomaterial** bewerben Produkte und angebotene Dienstleistungen.

Suchmaschinenmarketing (SEM)

Das Suchmaschinenmarketing (engl. **Search Engine Marketing**) ist das **gezielte Schalten von Suchmaschinenwerbung**. **SEM** und **Search Engine Optimizing (SEO)** unterstützen die Kundenakquise, für spezielle Themenbereiche.

Content Marketing

Beim **Content Marketing** handelt es sich um **Produktion und Verteilung von Medien- und Veröffentlichungsmaterial**, mit dem **Ziel der Kundenwerbung und -bindung**. **Content Marketing** erfolgt in verschiedenen Formaten, wie zum Beispiel Blogs, News, Videos, Whitepapers, E-Books, Grafiken, Fallstudien oder Ratgeber. **Content Marketing** ist fester Bestandteil von Kampagnen. Ausnahmen bilden Telefonmarketing und Mund-zu-Mund-Propaganda.

E-Mail-Marketing

Das Versenden von **E-Mail-Werbung** an potenzielle Kunden regulieren rechtliche Beschränkungen. Pflichtangaben werden für diese Marketingart vom Gesetzgeber vorgeschrieben.

Affiliate-Marketing

Beim **Affiliate-Marketing** nutzt der Marketing-Betreiber eine **Vielzahl von Partnern: die Affiliates** (engl.). Mithilfe dieser vermarktet er seine **Produkte oder Dienstleistungen**. Der **Marketingaufwand** verteilt sich auf mehrerer **Affiliates**, die für Erfolg vergütet werden.

Die drei **Hauptvergütungsformen** sind:

Pay per Lead: für Generierung von Kundenkontakt (wenn der Kunde sich z. B. für den Newsletter einträgt)

Pay per Click: Jeder Klick auf ein Banner oder einen Link zählt

Pay per Sale: Für jeden Verkauf über die Werbemaßnahme des Affiliates wird diesem ein Festbetrag oder ein prozentualer Anteil am Verkaufspreis vergütet

Social Media Marketing

Social Media Marketing verfolgt **Branding- und Marketingkommunikations-Ziele**. **Social-Media-Plattformen** wie Twitter oder Facebook werden für die Vermarktung genutzt. Veröffentlichte Beiträge präsentieren die eigene Internetpräsenz für potenzielle Kunden. Die Marketingmaßnahmen im **Social Media Marketing** werden **Social Media Optimization** oder auch **SMO** bezeichnet.

Quellen:

Kirchgeorg, Manfred: Onlinemarketing, <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/2170/onlinemarketing-v7.html> (Stand 12.10.2017)

Wikipedia
Marketinginstitut BIZ