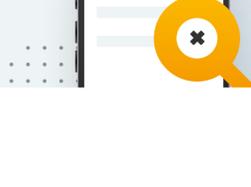




## SEO



### ↑ Vorteile von SEO

- Ideal zur Generierung von langfristigem und nachhaltigem Traffic
- Aufbau von lokaler, nationaler (genereller) oder internationaler Sichtbarkeit
- Machst Du SEO selbst, ist kein zusätzliches Marketingbudget notwendig, wie zB. bei PPC Anzeigen (natürlich fallen Kosten für die Arbeit an, wenn du eine Online Marketing Agentur dafür beauftragst)

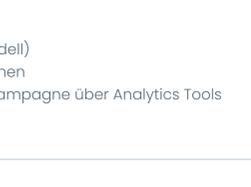
### ↓ Nachteile von SEO

- Als kurzfristige Maßnahme weniger geeignet, weil SEO rund 3 bis 9 Monate braucht, bis sich erste Ergebnisse zeigen
- Ressourcenbeanspruchend und zeitaufwendig, wenn Du SEO selbst betreibst

### 👍 Geeignet für Dein Unternehmen, wenn...

- Du willst eine langfristige und nachhaltige Auffindbarkeitsstrategie für Dein Geschäft aufbauen
- Du benötigst nicht sofort und unmittelbar neue mehr Traffic und hast genügend Zeit, um Deine Auffindbarkeit in den Search Engine Results Pages (SERPs) zu steigern

## Google Ads



### ↑ Vorteile von Google Ads

- Effiziente Werbung trotz geringem Budget
- Abrechnung per Kosten pro Klick (PPC-Auktionsmodell)
- Volle Kostenkontrolle durch Anpassung der Funktionen
- Messung des Erfolges durch Nachverfolgung der Kampagne über Analytics Tools

### ↓ Nachteile von Google Ads

- Je nach Branche können Klickpreise vergleichsweise hoch sein. Im B2B Bereich bspw. sind Klicks in der Regel teurer als im B2C Bereich
- Deine Anzeigen sind nur solange sichtbar, wie Du für Klicks bezahlst. Wenn Du deine Kampagne pausierst, gibt es kaum einen nachhaltigen Effekt

### 👍 Geeignet für Dein Unternehmen, wenn...

- Du schnell neue Kunden benötigst, bzw. einen direkten Effekt, in Form von Traffic sehen möchtest
- Deine Landingpages für Conversions, z.B. Käufe oder eine Kontaktaufnahme optimiert sind

## Content Marketing



### ↑ Vorteile von Content Marketing

- Schaffung von Kundenbindung über die gesamte Customer Journey
- Erhöhung der Reichweite auf dem eigenen Blog und auf Social Media durch hilfreiche Inhalte (3.000+ Wörter SEO-Inhalte auf Blog und 100 - 200 Wörter Post-Inhalte auf Social Media)
- Nachhaltige organische Sichtbarkeit durch SEO-Content auf dem eigenen Blog
- Dank Feedback von der eigenen Zielgruppe unter Posts und Artikeln lernst Du diese besser kennen

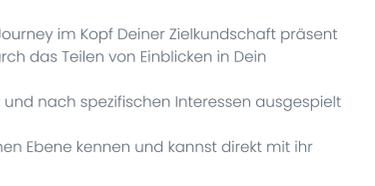
### ↓ Nachteile von Content Marketing

- Kann je nach Branche/Produkt/Dienstleistung zeitaufwändig sein
- Nicht als kurzfristige Maßnahme geeignet
- Da viele Unternehmen mittlerweile online sind, steigt die Konkurrenz im Content Marketing

### 👍 Geeignet für Dein Unternehmen, wenn...

- Du bereits ein Unternehmen mit Online-Sichtbarkeit führst
- Es Dein Ziel ist, langfristig zu mehr Sichtbarkeit entlang der kompletten Customer Journey zu gelangen
- Du ein Unternehmen führst, das eher Konsumgüter an Endverbraucher verkauft (B2C-Geschäft)

## Social Media



### ↑ Vorteile von Social Media

- Du bleibst während der gesamten Customer Journey im Kopf Deiner Zielkundschaft präsent
- Gezielte Steigerung der Markenbekanntheit durch das Teilen von Einblicken in Dein Unternehmen
- Werbung kann zielgruppengerecht angepasst und nach spezifischen Interessen ausgespielt werden
- Du lernst Deine Zielgruppe auf einer persönlichen Ebene kennen und kannst direkt mit ihr interagieren

### ↓ Nachteile von Social Media

- Social Media ist sehr schnelllebig, weshalb Du häufig Inhalte erstellen musst, um sichtbar zu bleiben
- Durch regelmäßige Content-Produktion ist die Pflege und Betreuung eines Social Media Kanals zeit- und ressourcenaufwendig

### 👍 Geeignet für Dein Unternehmen, wenn...

- Instagram, Facebook und TikTok sind geeignet, wenn Du ein Unternehmen führst, was Produkte an Endverbraucher verkauft (B2C-Geschäft)
- LinkedIn ist geeignet, wenn Du Produkte an andere Unternehmen verkaufst (B2B-Geschäft)
- TikTok ist für Dich geeignet, wenn Du eine jüngere Zielgruppe ansprichst
- Du möchtest in erster Linie Vertrauen, Markenbekanntheit und Sichtbarkeit aufbauen - ein Ziel wie unmittelbares Umsatzwachstum ist zweitrangig

## Influencer Marketing



### ↑ Vorteile von Influencer Marketing

- Du kannst eine ganz spezifische Zielgruppe über einen Mikro- oder Markoinfluencer erreichen
- Kampagnen bei Mikroinfluencern sind eher kostengünstig
- Ist ein Influencer wirklich begeistert von Deinem Produkt oder Deiner Dienstleistung, wird er eine besonders authentische Kampagne umsetzen

### ↓ Nachteile von Influencer Marketing

- Große Makroinfluencer mit mehreren hunderttausend oder Millionen Abonnenten lassen sich Kooperationen sehr gut bezahlen (extrem hohes Budget nötig)

### 👍 Geeignet für Dein Unternehmen, wenn...

- Du Deine Zielgruppe und Deinen Zielmarkt bereits ganz genau kennst
- Du auch innerhalb Deines Zielmarktes bereits auf Influencer gestoßen bist, die Inhalte für Deine Zielgruppe veröffentlichen
- Du an eine ganz spezifische Audience verkaufst

## E-Mail Marketing



### ↑ Vorteile von E-Mail Marketing

- Unabhängigkeit von Dritten → Aufbau von Zielgruppenbesitz, da Dir Deine Zielgruppe nicht nur folgt, sondern Du ihre direkten Daten wie E-Mail, Name und Telefonnummer hast
- Fast schon planbarer Umsatz nach dem Versand eines durchdachten Newsletters
- Unkomplizierte Segmentierung
- Flexibilität in der Personalisierung
- Sichere Skalierbarkeit
- Ergebnisse in Echtzeit
- Transparente und sehr überschaubare Kosten

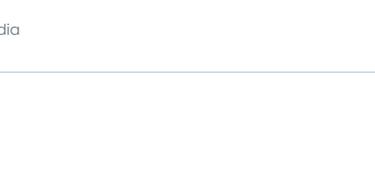
### ↓ Nachteile von E-Mail Marketing

- Kann in der Email-Flut untergehen
- Gegebenenfalls schwache Wirkung

### 👍 Geeignet für Dein Unternehmen, wenn...

- Du bereits einen Kundenstamm hast oder planst einen Kundenstamm aufzubauen
- Du hast bereits Kontaktdaten Deiner Zielgruppe gesammelt

## ORM



### ↑ Vorteile von ORM

- Kontrolle über Reputation
- Vorteile gegenüber Mitbewerbern
- Umsatzsteigerung bei positiver Reputation
- Hohes Vertrauen in Person und Marke
- Verdrängen negativer Inhalte
- Positive Präsenz bei Google und auf Social Media

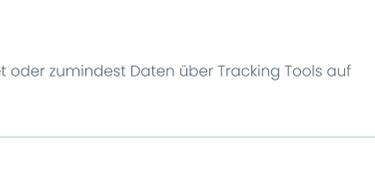
### ↓ Nachteile von ORM

- Regelmäßige Pflege erforderlich
- Externe Dienstleister oder PR-Netzwerk erforderlich, um zum Beispiel positive Artikel in größeren Onlinemagazinen zu veröffentlichen
- Kosten- und Zeitintensiv, wenn zB. PR-Artikel auf größeren Plattformen gekauft werden

### 👍 Geeignet für Dein Unternehmen, wenn...

- Du Deine Online Reputation verbessern möchtest
- Du ein Unternehmen führst, dass derzeit mit negativen Rezensionen und Artikeln im Netz zu kämpfen hat

## Remarketing



### ↑ Vorteile von Remarketing

- Interessierte, die mit Remarketing angesprochen werden, lassen sich leichter konvertieren als eine kalte Zielgruppe
- Remarketing-Kampagnen lassen sich zum Beispiel über Facebook, Instagram und das Google Partnernetzwerk umsetzen

### ↓ Nachteile von Remarketing

- Du musst zuvor bereits Kampagnen geschaltet oder zumindest Daten über Tracking Tools auf deiner Webseite gesammelt haben

### 👍 Geeignet für Dein Unternehmen, wenn...

- Du bereits zuvor Kampagnen auf Instagram, Facebook oder Google an kalte Zielgruppen geschaltet oder ausreichend Traffic auf deiner Seite hast