AUSGABE
02
August
2022

JOURNAL VON
e-COMMERCE
ARENA

e-Comm Zeiten

IN DIESER AUSGABE

Was ist Marketing? S. 1
4 Ps – Marketing Mix S. 2
SEM, SEO & SEA S. 3
Social Media und Werbung S. 4

Gutes Produkt braucht kein Marketing?

Du hast so was schon bestimmt Mal gehört. Ist das aber wirklich so? Reicht es das dein Produkt supermodern, zuverlässig und nachhaltig ist?

Ich würde es bezweifeln! Vor allem in heutigen digitalen Zeiten, wo jeder erstmal Google fragt und erst dann seine Freunde.

Die Google Erfahrung zählt!

Wenn dir dann auf deine Suchanfrage, Google seine Ergebnisse zeigt, dann tippst du auf erste 2-3 Ergebnisse und entscheidest Du welche von der 3 für Dich die Beste ist.

Wenn Dir dein Freund aber etwas empfehlen würde, tippst Du seine Empfehlung erstmal in Google Suchfeld ein…Oder?

Was ist Marketing?

Viele werden sofort „Werbung“ als Antwort geben.

Schauen wir uns dann erstmal an, was alles sich unter „Marketing“ verbirgt.

Also was ist Marketing?

Marketing ist wie ein Dach, unter welcher sich alle absatzfördernden Maßnahmen befinden.

- Preispolitik
- Produktpolitik
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik

Mit diesen Maßnahmen kannst Du den Absatz gezielt fördern.

W-Fragen!

Damit Du diese Tools richtig nutzen kannst, musst Du Dir ein Paar Fragen stellen!

Was – möchtest du verkaufen?

Wie viel – soll das kosten?

Wo – verkaufen?

Wie und Wo – kannst Du deine zukünftigen Kunden ansprechen?

Wenn Du aber erst am Anfang stehst, und überlegst was Du verkaufen sollst, dann habe Ich für Dich noch ein paar Fragen vorbereitet, die Dir helfen können.

Welches Nutzen hat dein Produkt?

Welche Probleme kann es lösen?

Was ist der Mehrwert?

Welches Design soll die Verpackung haben?

Ist das ein Markenprodukt?

Herstellen oder einkaufen?

Wo schaltest Du Werbeanzeigen?

Warum sollen die Kunden bei Dir einkaufen?

Wie können bezahlen?

Wie kommt die Ware zum Kunden?

Wer bezahlt die Versandkosten?

Welche Absatzwege wirst Du nutzen?

Lager oder Dropshipping?

Wie hoch ist die Marge?

…usw.

Woran kommt es noch an?

Deine physische Konkurrenz ist eine Sache, die Du immer vor deinen Augen haben musst.

Es gibt aber noch Google oder eine andere Suchmaschine, die mit seinem Algorithmus entscheidet, wer wirklich auf der SERP (search engine result page) auf den ersten Paar stellen erscheint oder wird erst auf der „weitere Ergebnisse zeigen“ Seite gelistet.

Suchmaschinen sind genau wie der Name schon verrät Maschinen, die suchen. Maschinen haben Logik und keine Emotionen, also der, wer auf seiner Website mehr Logik hat und weniger Fehler die bewertet als okay und lässt sie auf der SERP auf einer höheren Position platzieren.

Da kommen wir aber jetzt schon zu Begriffen wie SEM, SEA und SEO. Darüber kannst du auf der Seite 3 mehr erfahren.

4 Ps – Marketing-Mix

- Product
- Price
- Place
- Promotion

Product:

Jetzt hast Du die vorherigen Fragen beantwortet. Also hast Du jetzt Dein perfektes Produkt und nun?

Schau Dir die Konkurrenz an! Ja, Du hast richtig gelesen. Es gibt höchstwahrscheinlich schon jemand, der so ein ähnliches Produkt verkauft. Du musst nicht das Rad neu erfinden! Konkurrenz ist gesund und außerdem kannst Du von der deiner vieles lernen. Nimm also deine Konkurrenz unter die Lupe und schau was sie besser oder schlechter macht als Du. Dann kannst Du neue Maßnahmen ergreifen und dein Produkt verbessern!

Price:

Jetzt weißt Du schon, dass die Konkurrenz ein ähnliches Produkt verkauft wie Du. Ist dein Produkt teurer oder billiger? Was kannst du optimieren damit du da mithalten kannst? Vielleicht sind deine Einkaufspreise zu hoch?

Place:

Hast Du des richtigen Absatzkanals gefunden? Ist dort deine Zielgruppe unterwegs?

Wenn Du verkaufst auf einer Plattform, wo auch deine Zielgruppe ist, dann hast du im Vorfeld sehr gut recherchiert. Schau dir aber wieder mal deine Konkurrenz! Wo verkaufen die? Vielleicht nutzen auch andere Kanäle wie Du.

Promotion:

Kommunikation ist sehr wichtig, vor allem im E-Commerce Business.

Deine Kunden sollen dich immer leicht erreichen und nicht lange auf eine Rückmeldung warten. Sonst verliest du Vertrauen.

Kunde welche Frage stellt, hat ein Problem der sehr schnell gelöst haben will!

Heute zu Zeit gibt’s viele andere Möglichkeiten, außer eine E-Mail zu schreiben. Überlege Dir, auf welcher Art und Weiße Dich deine Kunden erreichen können.

Fazit:

Du sollst nicht alles so machen wie deine Konkurrenz!

Es ist aber immer gut zu wissen, wo sich gerade deine Mitbewerber befinden.

Nur dann kannst du rausfinden was deren Schwäche sind.

Die Erkenntnisse kannst Du dann in deinem Marketing-Mix nutzen um besser zu werden, oder sogar deine Mitbewerber hinter sich zu lassen und auf dem Markt führen.

Alles ist möglich!

Jedes Unternehmen war mal am Anfang!

SEM & SEO & SEA

Was ist SEM?

SEM ist Abkürzung von Search Engine Marketing zu Deutsch Suchmaschinen Marketing.

Es ist ein Teilgebiet des Online-Marketings. Seine Aufgabe ist, so viele Besuchern auf deine Website wie möglich zu bringen.

Und wie schafft das? Genau, **über Suchmaschinen.**

SEM besteht aus 2 Teilbereichen

- SEO
- SEA

SEO – search engine optimization – zu Deutsch Suchmaschinen Optimierung.

SEA – search engine advertising – zu Deutsch Suchmaschinen Werbung

SEO

Was ist das Ziel von SEO?

Deine Website technisch so optimieren, dass sie von der Suchmaschine als „okay" bewertet wird und sie erscheint auf der SERP auf einer höheren Position.

Damit ist sie sichtbar für Besucher und dadurch kommt mehr Traffic (Interessierte Besucher) auf deine Website.

Aber was bedeutet „technisch optimieren"?

- Richtige Keywords im Text nutzen
- 404 Seiten meiden (falsche Verlinkung)
- Externe Links überwachen, ob die noch gibt
- Toxische Links entfernen
- Bilder mit ALT (alternative Text) versehen
- Responsives Design
- Wichtige Keyword in URL
- H1,H2,H3…Überschriften..usw.

SEA

Was ist die Aufgabe von SEA?

Die Aufgabe ist, durch gezielte **bezahlte** online Anzeigen, Traffic auf die Website zu bringen.

Wie schaltest Du eine Anzeige?

Zum Beispiel, wenn Du auf der SERP deine Werbung platzieren möchtest, musst Du dir ein Konto bei Google Ads einlegen.

Dann kannst Du eine Kampagne erstellen, die dann wird auf Anzeigengruppen unterteilt. Für jede Anzeigegruppe kannst Du dann mehrere unterschiedliche Anzeigen erstellen. Jetzt werden allerdings deine Kenntnisse über deine Zielgruppe ins Spiel kommen.

Du kannst ja bestimmen, wer, wo und wann deine Anzeige sehen soll.

On Page & Off Page

On Page Optimierung

Sind alle Maßnahmen, die direkt auf deiner Website stattfinden. So wie interne Verlinkung, Bildqualität, Video, Überschriften, Rechtschreibung.

Off Page Optimierung

Sind dagegen alle Maßnahmen, die außerhalb deiner Website stattfinden.

Zum Beispiel Link Building – externe Verlinkung und Social Media.

Sichtbar ohne Werbung?

Vielleicht denkst Du dir jetzt, es muss ja auch ohne Werbung gehen!

Vielleicht ja, aber es wird viel länger dauern. Frage ist, ob Du so viel Zeit zu warten hast.

Von nichts kommt nichts!

Meine Erfahrung zeigt, dass auch mit einem low Budget, kannst Du die Reichweite von Social Medien nutzen.

Social Media und Werbeanzeigen

Wozu sind die gut?

Auf Social Medien sind Werbeanzeigen sehr oft zu sehen. Der Grund ist logisch…viele Menschen benutzen sie und verbringen dort viel Zeit.

Und was brauchst Du als Unternehmen? Richtig! Die Leute auf dein super Produkt aufmerksam zu machen und am besten ihn gleich auch verkaufen.

Es gibt sehr viele Plattformen wo Du deine Kampagne erstellen und deine Anzeigen platzieren kannst.

Die wahrscheinlich bekannteste ist Facebook. Und warum dort alle Anzeigen platzieren möchten?

Genau, Facebook hat eine große Datenbank und somit kann dir helfen deine Produkte effektiv zu absetzen.

Natürlich gibt es auch andere Plattformen, wo du dein Unternehmen präsentieren kannst, zum Beispiel Pinterest, TikTok und viele andere.

Es kommt, wie immer drauf an, wo sich deine Zielgruppe befindet.