

## Kommunikationskonzept

### Adresse:

Marketing-Ideen.ch  
Stefan Schmidlin  
Aemetstrasse 6  
8344 Bäretswil  
Tel.: 044 939 39 39  
E-Mail: stefan.schmidlin@marketing-ideen.ch

### 1. Ausgangslage / Situationsanalyse

#### 1.1. Unternehmensspezifische Rahmenbedingungen und Vorgaben

Marketing-Ideen.ch wurde 2007 gegründet und bietet Anbietern von Marketing- und Kommunikationsdienstleistungen Werbeflächen und Marketing-Packages an. Die Marketing-Packages bestehen aus verschiedenen Angeboten wie Werbeflächen, Newsletterbeiträge etc. in einem Paket. Marketingverantwortliche und Marketinginteressierte profitieren von kostenlosen Marketing-Checklisten und Marketing-Ratgebern. 2012 wurde das Marketing-Ideen-Tool entwickelt, welches Marketingverantwortlichen eine wertvolle Hilfe bei der Wahl der richtigen Marketing-Instrumente bietet. Zudem gehört zu diesem Marketing-Ideen-Tool ein Online-Konzeptkonfigurator zur Erstellung eines Kommunikationskonzepts.

#### 1.2. Branche

E-Commerce / Internet-Portale

#### 1.3. Bisherige Erfahrungen mit einzelnen Kommunikationsinstrumenten

Sehr gute Erfahrungen wurden mit den folgenden Kommunikationsinstrumenten gemacht:

- Suchmaschinenoptimierung (Google)
- Newsletter
- Persönlicher Verkauf
- Telefonischer Verkauf

Mit der eigenen Facebook-Seite wurden bisher weniger gute Erfahrungen gemacht (Anzahl Likers, Kommunikationsaktivität, Besucher).

#### 1.4. Budget-Rahmen

bis 10'000.-

## **2. Zielgruppen / Ziele**

### **Zielgruppe 1**

Marketingverantwortliche

#### **Kundenart**

B2B: Die Kunden sind Unternehmen

#### **Geografische Ausrichtung**

Überregional, national, international

#### **Zielgruppen-Nutzung neue Medien**

Mittel

#### **Beschreibung**

Primär werden Marketingverantwortliche von KMUs bearbeitet. In kleinen Unternehmen ist die Geschäftsleitung für die Marketing-Aktivitäten zuständig.

#### **Ziel 1: Interessentengewinnung / Kundengewinnung**

Bis Ende Mai 2013 sollen mindestens 50 Abonnenten für das Marketing-Ideen-Tool gewonnen werden.

### **Zielgruppe 2**

Organisationen: Verbände, Unternehmen, Schulen

#### **Kundenart**

B2B: Die Kunden sind Unternehmen

#### **Geografische Ausrichtung**

Überregional, national, international

#### **Zielgruppen-Nutzung neue Medien**

Mittel

#### **Beschreibung**

Für das Marketing-Ideen-Tool sind Organisationen (Verbände, Unternehmen, Schulen) eine sehr wichtige Zielgruppe. Primär werden diejenigen Organisationen bearbeitet, welche sich mit dem Marketing-Ideen-Tool bei Ihren eigenen Zielgruppen profilieren können.

#### **Ziel 1: Interessentengewinnung / Kundengewinnung**

Bis Ende Mai 2013 sollen mindestens 3 Organisationen gewonnen werden, welche das Marketing-Ideen-Tool für ihre Zielgruppen einsetzen.

### **Zielgruppe 3**

Bestehende Kunden (Werbeauftraggeber)

## **Kundenart**

B2B: Die Kunden sind Unternehmen

## **Geografische Ausrichtung**

Überregional, national, international

## **Zielgruppen-Nutzung neue Medien**

Mittel

## **Beschreibung**

Hier geht es um bestehenden Kunden, welche Werbeflächen oder Marketing-Packages auf Marketing-Ideen.ch gebucht haben.

### **Ziel 1: Kundenbindung / Kundenloyalität**

Die bestehenden Kunden können auch für das Jahr 2013 mit dem gleichen Umsatzvolumen gehalten werden.

## **3. Strategie**

### **3.1. Aufhänger, Leitidee, Strategie-Ansatz**

Als Aufhänger für die Kommunikationsstrategie wird das Marketing-Ideen-Tool verwendet, weil es sich hier um ein innovatives Tool handelt, welches bei Marketingverantwortlichen sehr gut ankommt. Jeder Marketing-Verantwortlicher will wissen, welches für seine Branche die Top-Marketing-Instrumente sind, um seine Marketing-Ziele zu erreichen. Zudem wollen Marketing-Verantwortliche über Trend-Themen informiert werden und entscheiden können, ob das Trend-Thema für das eigene Marketing wichtig ist.

### **3.2. Botschaft, Visualisierung**

Bezüglich der Botschaft wird die Kernfrage "Welches sind die wichtigsten Marketing-Instrumente Ihrer Branche?" verwendet. Dazu werden die wichtigsten Basis-Informationen zum Marketing-Ideen-Tool vermittelt und zum Abschluss eines kostenlosen Test-Abos aufgefordert. Für die Visualisierung wird ein Bild des Marketing-Ideen-Tools mit dem Selektionskriterien sowie den vorgeschlagenen Marketing-Instrumenten für eine Branche verwendet.

### **Zielgruppe 1: Marketingverantwortliche**

#### **Ziel 1: Interessentengewinnung / Kundengewinnung**

Massnahme 1: Suchmaschinenoptimierung 1: Organische Suche

Mit relevanten Suchbegriffen von potentiellen Kunden bei Google im organischen (unbezahlten) Suchergebnis gefunden werden.

Massnahme 2: Internet-Auftritt: Basis-Informationen

An verschiedenen Orten des eigenen Internet-Auftritts wird das Marketing-Ideen-Tool angepriesen.

Massnahme 3: Verkaufsförderung 5: Einführungs-/Test-Angebote

Das Marketing-Ideen-Tool kann von potentiellen Kunden während 6 Monaten kostenlos getestet werden.

Massnahme 4: Internet-Auftritt: Conversion Rate optimieren

In den kommenden Monaten erhält Marketing-Ideen.ch Design, welches übersichtlicher, fokussierter und moderner ist. Mit diesem Design sowie weitere reaktionsfördernden Elementen soll die Reaktionsrate deutlich gesteigert werden.

Massnahme 5: Contentbasiertes Marketing (Studien/Ratgeber etc.)

Das Marketing-Ideen-Tool wird laufend mit neuen Inhalten angereichert, was den Test-Abo-Kunden und bestehenden Kunden laufend kommuniziert wird. Zudem können Auszüge aus dem Marketing-Ideen-Tool für PR-Aktivitäten verwendet werden.

Massnahme 6: Suchmaschinenoptimierung 1: Organische Suche

Auf der Basis der wertvollen Inhalte des Marketing-Ideen-Tools wie Auswertungen, Marketing Trend Reports, Erfolgsstorys werden PR-Aktivitäten durchgeführt.

## **Zielgruppe 2: Organisationen: Verbände, Unternehmen, Schulen**

Aufhänger, Leitidee, Strategie-Ansatz: Bei der Zielgruppe Organisationen (Verbände, Unternehmen) ist der Hauptaufhänger ein neuer attraktiver Zusatznutzen für die Mitglieder oder Kunden der Organisationen. Hier geht es um Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung bzw. um Kundengewinnung und Kundenbindung.

Botschaft, Visualisierung: Bei der Botschaft werden Beispiele und bisherige Erfolgsstorys von Organisationen kommuniziert und visuell dargestellt.

### **Ziel 1: Interessentengewinnung / Kundengewinnung**

Massnahme 1: Verkauf / Kundenbetreuung telefonisch

Telefonische Kontaktaufnahme mit Marketingverantwortlichen von Organisationen.

Massnahme 2: Verkauf / Kundenbetreuung persönlich

Durchführung von persönlichen Verkaufsgesprächen.

Massnahme 3: Internet-Auftritt: Basis-Informationen

Vorstellung des Marketing-Ideen-Tools auf dem eigenen Internet-Auftritt, Angebotsbereich für Organisationen aufschalten.

Massnahme 4: Newsletter / Direct E-Mails

Direkte Kontaktaufnahme mit Marketingverantwortlichen von Organisationen per E-Mail oder Newsletter.

Massnahme 5: Schulungen, Seminare, Workshops

Im Sinne von Test-Angeboten werden den Organisationen Events zum Thema "Top-Marketing-Instrumente der Branche xy und Marketing-Trends" vorgeschlagen.

## **Zielgruppe 3: Bestehende Kunden (Werbeauftraggeber)**

### **Ziel 1: Kundenbindung / Kundenloyalität**

Massnahme 1: Verkauf / Kundenbetreuung persönlich

Kunden vor Ort besuchen und persönliche Gespräche mit potentiellen Kunden führen.

Massnahme 2: Verkauf / Kundenbetreuung telefonisch

Telefonische Kontaktaufnahme bzw. telefonische Verkaufsgespräche führen.

#### 4. Umsetzung / Detail-Budget

Massnahmen	Verantwortlich	Termine	Budget

#### 5. Erfolgskontrollen

Ziele	Art der Erfolgskontrolle	Zeitpunkt der Erfolgskontrolle	Verantwortlich