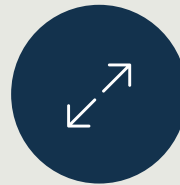




Inbound (Pull-Strategie)

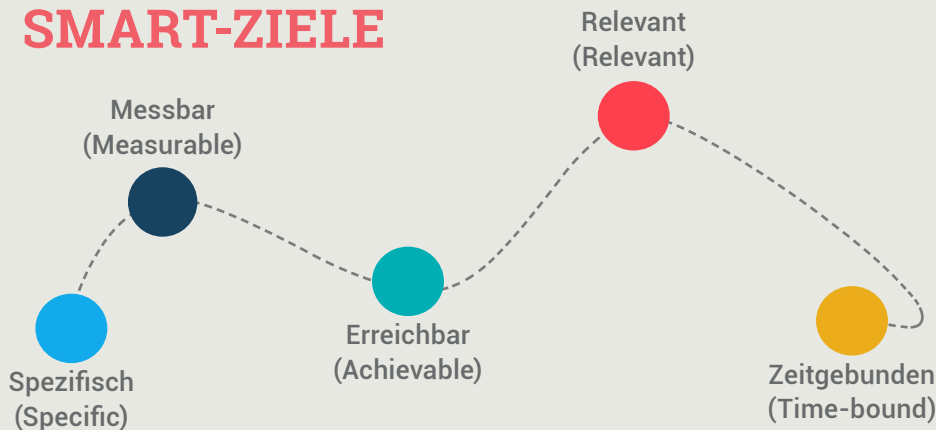
Generiert Kundenkontakte durch zur Verfügung stellen von nützlichen Inhalten. Führt organisch zu Engagement.



Outbound (Push-Strategie)

Werbeinhalt werden so vielen Usern wie möglich gezeigt, um die Chancen zu erhöhen, eine interessierte Zielgruppe zu erreichen.

SMART-ZIELE



Beispiel:
25 Verkäufe vom Produkt XY zum Preis von je CHF 350.- in den nächsten 12 Monaten übers Internet bei 30% Werbekosten vom Umsatz.



Die Buyer`s Journey

Die Buyer`s Journey definiert den Prozess, den ein Käufer durchläuft, um auf ein neues Produkt oder Dienstleistung aufmerksam zu werden, es zu evaluieren und zu kaufen. Geeignete Massnahmen auf der Website verhelfen zu mehr Konversionen.

Mit der Wettbewerbsanalyse erkennen Sie die Kundenbedürfnisse, Marktlücken und Chancen sowie den Zielmarkt und die Strategie der Mitbewerber.
Aus- und Weiterbildung zum Thema:
onlinemarketing-zentrum.ch

