



Was ist für erfolgreiches Marketing wichtig?

Marketing ist in den letzten Jahren immer wichtiger geworden. Besonders das Online-Marketing hat durch die Digitalisierung und die Zunahme der privaten Internetnutzung stark an Bedeutung gewonnen. Trotzdem gibt es einige Unternehmen, die trotz der vielen Vorteile bei oftmals geringen Kosten auf Marketing verzichten, oder nicht das Maximum aus ihrem eigenen Marketing herausholen.

Im Jahr 2020 verfügten laut Statistischen Bundesamt gerade einmal 62 Prozent aller Unternehmen in Deutschland über eine Website. Allein daran lässt sich ablesen, wie stark besonders KMU Online-Marketing noch immer unterschätzen. Dabei ist es heutzutage einfacher als je zuvor effektiv Werbung für das eigene Unternehmen zu machen. Physische Medien wie Zeitungen oder Litfaßsäulen haben schon lange als Werbeträger ausgedient. Die Zukunft gehört dem Internet.

Marketing-Strategie

Gutes Marketing besteht aus mehreren Phasen und Schichten. Deshalb ist eine ausführliche Marketing-Strategie notwendig, um jede Phase möglichst gut umzusetzen, damit alle Schichten optimal zusammenarbeiten. Hier hilft etwa ein [Marketingplan](#). Dieser dient als Leitfaden für den Aufbau und die Umsetzung einer Marketing-Strategie. So entsteht ein ausführliches Konzept, welches die zahlreichen Aufgaben, die für das Gesamtziel nötig sind, aufschlussreich und logisch präsentiert. Welche Aspekte sind also tatsächlich wichtig für das eigene Unternehmen?

Die Zielgruppe finden

Der wichtigste Schritt beim Marketing ist die richtige Zielgruppe zu finden. Denn je nach Alter, Geschlecht oder Herkunft variieren die Interessen von Menschen. Junge potenzielle Kunden sind wahrscheinlich öfter auf [Social-Media](#) unterwegs, während ältere Kunden auch mal zur Zeitung greifen oder den Fernseher oder das Radio einschalten.

Wer bestimmte Berufsgruppen als Ziel hat, sollte auch deren tägliche Routinen einbeziehen. Denn ein Gärtner verbringt im Durchschnitt weniger Zeit am Computer als ein Programmierer. Und Gastronomen sind unter Umständen am Wochenende und an Feiertagen mit der Arbeit beschäftigt und nicht zu erreichen. Auch die Wohnsituation auf dem Land oder in der Stadt kann eine wichtige Rolle spielen.

Welches Problem behebt mein Produkt?

Für welches Problem ist das eigene Produkt eine Lösung und warum sollte der Kunde sich ausgerechnet für mein Produkt entscheiden? Wer diese Frage nicht beantworten kann, hat schon gegen die Konkurrenz verloren. Ein Restaurant etwa macht satt. Doch es muss entweder die einzige Wahl für den

Kunden sein, damit er es auswählt, oder es setzt sich von allen anderen Restaurants in der Nähe ab.

Es bietet etwa hervorragendes Essen zum kleinen Preis an. Oder es hat eine fantastische Atmosphäre und kurze Wartezeiten. Ein einziges Alleinstellungsmerkmal, etwa dass alle Kellner Rollschuhe benutzen, reicht bereits, um aus der Konkurrenz herauszustechen und dem Kunden eine einzigartige Erfahrung zu bieten, für die er wiederkommt.

Der richtige Content auf dem richtigen Kanal

Lange Texte auf Instagram zu posten, ist in etwa so effektiv wie ein Bild von verschiedenfarbigen Produkten in eine schwarz-weiße Zeitung einzustellen. Jedes Medium, jeder Marketingkanal benötigt den richtigen Inhalt. Daher reicht es nicht, dass selbe Bild mit langer Beschreibung auf Instagram, Facebook, Twitter und in der Lokalzeitung zu veröffentlichen.

Jede Plattform benötigt anderen Content. Auf Instagram können Unternehmen durch kurze Filme, sogenannte „Storys“, kurz und übersichtlich ein neues Produkt vorstellen. Auf Facebook bietet sich ein etwas längerer Text zu einem Produktbild an. Und auf Twitter ist weniger mehr und Hashtags dürfen nicht vergessen werden.

Auch beim klassischen Marketing im Radio oder Fernsehen ist dies nötig. Doch dort kostet Werbung Geld und ist oftmals nicht profitabel. Social-Media ist allerdings vollständig kostenlos und erreicht Millionen von potenziellen Kunden. Auch für B2B-Marketing gibt es spezielle Plattformen wie Xing.

Neue Technologien nutzen

Wer möglichst effektives Marketing machen will, sollte deshalb die neusten Technologien nutzen. Social-Media ist sehr komplex, kann mit der richtigen Strategie aber riesige Umsätze erwirtschaften, bei einem Bruchteil der Kosten von klassischer Werbung.

Und da viele Menschen mittlerweile regulär solche Plattformen nutzen, ist es immer einfach Social-Media Experten für das eigene Unternehmen anzuwerben, die sich perfekt mit den jeweiligen Plattformen auskennen und dort optimal Werbung für das jeweilige Produkt machen können.

Hinzu kommen Werkzeuge wie die Suchmaschinenoptimierung (SEO), die es Unternehmen ermöglicht einfacher durch Google-Suchen gefunden zu werden. Bei [Milliarden Google-Nutzern](#) es ein riesiger Vorteil,

wenn das eigene Unternehmen auf der ersten Seite, oder gar an erster Stelle der Ergebnisse steht.

Auch Big Data kann für das eigene Unternehmen benutzt werden. Durch das Analysieren von tausenden Kundendaten durch künstliche Intelligenz kann schnell und effektiv auf Kundenwünsche oder neue Trends reagiert werden. Viele solcher KI-Programme befinden sich bereits auf dem Markt und helfen täglich etlichen Betrieben dabei, optimales Marketing zu betreiben.

Auch können durch die Vernetzung des Internets neue Möglichkeiten für intelligentes Marketing entstehen. Einige Hotelketten nutzen etwa frei zugängliche Fluginformationen, um Übernachtungsangebote an gestrandete Passagiere von abgesagten Flügen zu schicken. Und Essens-Lieferservice senden Rabatte an Menschen, die in Regionen mit momentanem Unwetter wohnen. Ob ähnliche Optionen für das eigene Unternehmen existieren, kann durch einen Marketingplan ermittelt werden.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4922323/was-ist-fuer-erfolgreiches-marketing-wichtig/>