

Checkliste Unternehmenswebsite

Kommt eine Unternehmenswebsite für Ihr Unternehmen in Frage?
Finden Sie heraus, ob eine Unternehmenswebsite für Ihr Unternehmen relevant ist.

Dafür haben wir folgende Fragen formuliert, die Sie bitte so objektiv wie möglich beantworten. Je mehr Fragen Sie markieren, desto relevanter ist eine Unternehmenswebsite für Ihr Unternehmen.

Nutzt Ihre Zielgruppe das Internet zur Informationsbeschaffung?

Haben Sie eine Unternehmensbroschüre?

Wollen Sie den Kontakt zu Ihrer Zielgruppe intensivieren?

Wollen Sie aktuelle Informationen im Internet zur Verfügung stellen?

Gibt es regelmäßig neue Informationen zu Ihrem Unternehmen, Ihren Produkten oder Ihren Dienstleistungen?

Wollen Sie unterschiedlichen Zielgruppen unterschiedliche Informationen zur Verfügung stellen?

Wollen Sie Ihre Zielgruppe über Messen, Seminare oder Schulungsangebote informieren?

Haben Sie erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen?

Verfügen Sie über Bilder oder Videos zu Ihren Produkten oder Dienstleistungen?

Wollen Sie Ihre Produkte oder Dienstleistungen im Internet verkaufen?

Checkliste Web-Usability

Kommt Web-Usability für Ihr Unternehmen in Frage? Finden Sie heraus, ob Web-Usability eine Maßnahme im Onlinemarketing ist, die für Ihr Unternehmen relevant ist. Dafür haben wir folgende Fragen formuliert, die Sie bitte so objektiv wie möglich beantworten. Je mehr Fragen Sie markieren, desto relevanter ist Web-Usability für Ihr Unternehmen.

Haben Sie eine Website oder einen Online-Shop?

Nutzen Sie ein Webcontrolling-Tool wie etracker oder Google Analytics?

Wollen Sie wissen, aus welchem Grund Ihre Website besucht wird?

Haben Sie Interesse zu erfahren, wie sich Nutzer auf Ihrer Website verhalten?

Wollen Sie die Besucher Ihrer Website als Interessent, Anfrager oder Besteller gewinnen?

Verlassen viele Besucher Ihre Website wieder, ohne eine Anfrage zu starten, einen Newsletter zu abonnieren oder eine Bestellung zu tätigen?

Treten Ihre Besucher überwiegend per Telefon oder E-Mail mit Ihnen in Kontakt?

Wollen Sie wissen, ob Ihre Website einen positiven oder negativen Eindruck bei den Besuchern hinterlässt?

Würden Sie gerne wissen, ob Ihre Website optimal gestaltet und für die Besucher gut zu bedienen ist?

Ist es für Sie interessant zu erfahren, was Nutzer sich von Ihrer Website erwarten?

Wollen Sie die Wünsche Ihrer Zielgruppen bei der Weiterentwicklung Ihrer Website einbeziehen?

Checkliste Suchmaschinenoptimierung

Kommt Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Ihr Unternehmen in Frage? Finden Sie heraus, ob Suchmaschinenoptimierung eine Maßnahme im Onlinemarketing ist, die für Ihr Unternehmen relevant ist. Dafür haben wir folgende Fragen formuliert, die Sie bitte so objektiv wie möglich beantworten. Je mehr Fragen Sie markieren, desto relevanter ist Suchmaschinenoptimierung für Ihr Unternehmen.

- Haben Sie eine Website mit Informationen zu Ihren Produkten oder Dienstleistungen?
- Glauben Sie, dass Ihre Zielgruppe allgemeine Suchmaschinen nutzt, um Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu finden?
- Wären Sie bereit, Ihre Website grundlegend zu überarbeiten, wenn es erforderlich ist?
- Wollen Sie in allgemeinen Suchmaschinen besser gefunden werden als Ihre Mitbewerber?
- Interessieren Sie sich dafür, was Ihre Zielgruppe in allgemeinen Suchmaschinen eintippt, um Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu finden?
- Würden Sie eine Maßnahme auch dann durchführen, wenn der Erfolg nicht vorhersehbar ist?
- Wollen Sie Ihre Zielgruppe auch dann ansprechen, wenn diese nur nach allgemeinen Informationen sucht und noch gar keinen Anbieter benötigt?

Checkliste Suchmaschinenwerbung

Kommt Suchmaschinenwerbung (SEA) für Ihr Unternehmen in Frage? Finden Sie heraus, ob Suchmaschinenwerbung eine Maßnahme im Onlinemarketing ist, die für Ihr Unternehmen relevant ist. Dafür haben wir folgende Fragen formuliert, die Sie bitte so objektiv wie möglich beantworten. Je mehr Fragen Sie markieren, desto relevanter ist Suchmaschinenwerbung für Ihr Unternehmen.

Haben Sie eine Website?

Können interessierte Kunden auf der Website etwas kaufen oder Kontakt zu Ihnen aufnehmen?

Haben Sie in allgemeinen oder Business-Suchmaschinen schon einmal nach Begriffen rund um Ihr Angebot gesucht, und wurden Ihre Angebote oder die Ihrer Mitbewerber angezeigt?

Interessieren Sie sich dafür, was Ihre Zielgruppe in Suchmaschinen eintippt, um Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu finden?

Wollen Sie Ihrer Zielgruppe Ihr Angebot sofort präsentieren?

Sind Ihnen Maßnahmen wichtig, bei denen der Erfolg planbar ist?

Wollen Sie Ihre Zielgruppe nur dann ansprechen, wenn diese einen Anbieter sucht?

Checkliste Display-Marketing

Kommt Display-Marketing für Ihr Unternehmen in Frage? Finden Sie heraus, ob Display-Marketing eine Maßnahme im Onlinemarketing ist, die für Ihr Unternehmen relevant ist. Dafür haben wir folgende Fragen formuliert, die Sie bitte so objektiv wie möglich beantworten. Je mehr Fragen Sie markieren, desto relevanter ist Display-Marketing für Ihr Unternehmen.

- Schalten Sie Werbeanzeigen in Zeitungen oder Zeitschriften?
- Reicht es Ihnen, wenn Sie wahrgenommen werden, ohne dass daraus sofort ein Kundenkontakt entsteht?
- Wollen Sie schnell auf aktuelle Angebote aufmerksam machen?
- Besteht Ihre Zielgruppe aus mehr als 100.000 Personen?
- Gibt es Fachportale, die Ihre Zielgruppe vermehrt nutzt?
- Lässt sich Ihre Zielgruppe gut nach Merkmalen wie der beruflichen oder privaten Internetnutzung, Nutzungsschwerpunkte, Alter oder Geschlecht eingrenzen?
- Wollen Sie Ihre Werbung individuell planen?

Checkliste E-Mail-Marketing

Kommt E-Mail-Marketing für Ihr Unternehmen in Frage? Finden Sie heraus, ob E-Mail-Marketing eine Maßnahme im Onlinemarketing ist, die für Ihr Unternehmen relevant ist. Dafür haben wir folgende Fragen formuliert, die Sie bitte so objektiv wie möglich beantworten. Je mehr Fragen Sie markieren, desto relevanter ist E-Mail-Marketing für Ihr Unternehmen.

- Sprechen Sie Ihre Kunden bereits mit postalischen Mailings an?
- Versenden Sie regelmäßig eine Kundenzeitschrift, einen Rundbrief oder Produktkataloge?
- Wollen Sie bestehende Kunden detaillierter informieren?
- Sammeln Sie bereits E-Mail-Adressen Ihrer Kunden?
- Wollen Sie Ihren Kunden regelmäßig neue Angebote unterbreiten?
- Verfügen Sie über Mitarbeiter, die sich mit dem Thema E-MailMarketing beschäftigen können?
- Haben Sie aktuelle Informationen für Ihre Kunden?
- Haben Sie individuelle bzw. individualisierbare Informationen für Ihre Kunden?

Checkliste Online-PR

Kommt Online-PR für Ihr Unternehmen in Frage? Finden Sie heraus, ob Online-PR eine Maßnahme im Onlinemarketing ist, die für Ihr Unternehmen relevant ist. Dafür haben wir folgende Fragen formuliert, die Sie bitte so objektiv wie möglich beantworten. Je mehr Fragen Sie markieren, desto relevanter ist Online-PR für Ihr Unternehmen.

Betreiben Sie bereits klassische PR?

Möchten Sie das Image Ihres Unternehmens in der Öffentlichkeit positiv beeinflussen?

Wollen Sie Ihr Unternehmen außerhalb von Werbemaßnahmen bekannter machen?

Betreiben Sie aktive Suchmaschinenoptimierung über Linkaufbau für Ihre Website?

Verfügen Sie bereits über nicht werbliche Fachinformationen oder Fachtexte?

Besitzen Sie oder Ihre Mitarbeiter Fachwissen zum Themengebiet rund um Ihre Produkte oder Dienstleistungen?

Wollen Sie sich als kompetenter Ansprechpartner für Ihren Bereich positionieren?

Gibt es für Ihren Kompetenzbereich spezielle Internetportale, Blogs und Foren?

Können Sie als Fachexperte in Ihrem Bereich auf Fragen aus Ihrer Zielgruppe kompetent antworten?

Haben Sie kommunikationssichere Mitarbeiter, die sich einen Teil ihrer Arbeitszeit mit Online-PR beschäftigen können?

Checkliste Affiliate-Marketing

Kommt Affiliate-Marketing für Ihr Unternehmen in Frage? Finden Sie heraus, ob Affiliate-Marketing eine Maßnahme im Onlinemarketing ist, die für Ihr Unternehmen relevant ist. Dafür haben wir folgende Fragen formuliert, die Sie bitte so objektiv wie möglich beantworten. Je mehr Fragen Sie markieren, desto relevanter ist Affiliate-Marketing für Ihr Unternehmen.

Gehören Endverbraucher hauptsächlich zu Ihrer Zielgruppe?

Wissen Sie was „Performance-Marketing“ bedeutet?

Verfügen Sie über Mitarbeiter, die sich permanent mit dem Thema Affiliate-Marketing beschäftigen können?

Eignet sich Ihr Produkt für den Vertrieb über das Internet?

Haben Sie einen Online-Shop?

Läuft der Online-Vertrieb in Ihrem Unternehmen reibungslos? Werden Bestellungen zügig angenommen und ausgeliefert?

Haben Sie die Möglichkeit, per Vorkasse (Prepayment) zu handeln?

Checkliste Web-Controlling

Kommt Web-Controlling für Ihr Unternehmen in Frage? Finden Sie heraus, ob Web-Controlling eine Maßnahme im Onlinemarketing ist, die für Ihr Unternehmen relevant ist. Dafür haben wir folgende Fragen formuliert, die Sie bitte so objektiv wie möglich beantworten. Je mehr Fragen Sie markieren, desto relevanter ist Web-Controlling für Ihr Unternehmen.

Haben Sie eine Website oder einen Online-Shop?

Fragen Sie bei Anfragen per Telefon, Fax oder Brief nach, wie die Interessenten auf Sie aufmerksam geworden sind und werten Sie diese Informationen auch aus?

Haben Sie Interesse zu erfahren, wie sich Nutzer auf Ihrer Website verhalten?

Möchten Sie mehr über die kritischen Stellen auf Ihrer Website erfahren, um beispielsweise festzustellen, wo Ihre Besucher die Website besonders häufig verlassen?

Stellt die geografische Herkunft (Land, Region, Stadt) Ihrer Besucher eine wichtige Information für Sie dar?

Verfolgen Sie mit Ihrer Website konkrete Ziele, wie zum Beispiel die Generierung von qualifizierten Anfragen, die Erweiterung Ihres Adressbestandes oder den Abverkauf Ihrer Produkte über einen OnlineShop?

Möchten Sie wissen, woher die Besucher zu Ihrer Website gelangen?

Würden Sie gerne erfahren, welche Suchbegriffe die Besucher genutzt haben, um auf Ihre Website zu kommen?

Ist es für Sie interessant zu wissen, von wo die Besucher kommen, die eine Anfrage oder eine Bestellung auf Ihrer Website ausführen?