

## Digitalen Vertrieb stärken & Online-Marketing forcieren

### Checkliste: Wichtige Maßnahmen in der aktuellen Situation

#### Vorwort

Die meisten Unternehmen sind von den Auswirkungen des Coronavirus/Covid-19 direkt oder indirekt betroffen. Deshalb müssen Sie sich bewusst machen, dass auch Ihre potenziellen Kunden verunsichert sind. Sie als einer/eine der Verantwortlichen im Unternehmen müssen nun alles daransetzen, Ihren Kunden einen aktuellen Informationsfluss zu bieten, um eine bestmögliche Planungssicherheit zu gewährleisten.

Eine **detaillierte Übersicht zu den wichtigsten Maßnahmen** finden Sie unter:

<https://klickpiloten.de/lounge/essay-digitalen-vertrieb-staerken-online-marketing-forcieren/>

#### 1. Google MyBusiness / lokale Kanäle aktualisieren

Mit Google MyBusiness bietet Google eine einfache Möglichkeit Ihr Unternehmensprofil in den Suchergebnissen mit aktuellen Informationen anzureichern:

- Korrekte Telefonnummer, E-Mail und Webseite hinterlegen und ggf. die Öffnungszeiten anpassen
- Bilder und Beiträge auf Aktualität überprüfen
- Produkte und Angebote aktualisieren

#### 2. Spezielle FAQs erstellen

- Eine spezielle FAQ Liste auf der Webseite veröffentlichen und kommunizieren
- Geänderte Öffnungszeiten, Online Bestellmöglichkeit, Lieferzeiten in die FAQs aufnehmen
- Alternative Bezugsquellen wie: Online Shop, Lieferservice oder Facebook Shop kommunizieren

#### 3. Stammkunden informieren

- Stammkunden in einem separaten Mailing informieren (angepasste Ansprache)
- Kunden, die aktuell auf Ihre Ware warten, zusätzlich kontaktieren
- In Ihrer E-Mail-Signatur auf Ihre FAQs zum Coronavirus hinweisen

#### 4. Kampagnenstrategien (Google Ads) anpassen

- Von Conversion auf Klick- oder Impression- maximierung umstellen (Sichtbarkeit gewährleisten)
- CPA und ROAS Strategien ggf. leicht senken
- Ggf. auch Botschaften der Anzeigen anpassen
- Bei Google Shopping: auf Best-Practice Strukturen belassen /überprüfen
- Bei herabgesetzten Media Budgets nachhaltig in SEO-Maßnahmen investieren
- Remarketing Kampagnen auf die gegenwärtige Situation umstellen
- Durch sinkende CPC Niveaus mehr Effizienz und höheren Impression Share erzielen

## Digital Marketing in Zeiten von „Corona“

### Checklist: 7 Wichtigste Maßnahmen im Überblick

#### 5. Umgang mit dem Ausfall der Messen / Events

- Für die Messe erstellte Print-Produkte in digitaler Form online anbieten
- Interessenten und Partner über Messeausfall informieren und alternative Kommunikationsmöglichkeiten aktiv anbieten (Webinar, Onlinetermin etc.)
- Chat- oder Videochatfunktion integrieren und priorisiert anbieten
- Whitepaper, Case-Study, Webinare zur Produkt- und Leistungskommunikation vermehrt nutzen

#### 6. Social-Media-Kanäle intensiver nutzen

- Redaktionsplan erstellen, um alle Kanäle bei wichtigen Meldungen im Blick zu haben
- Strategie regelmäßiger Posts entwickeln auf allen Kanälen die Informationen synchron zu halten
- Focus auf die wichtigsten Kanäle wie LinkedIn, XING, Facebook, Instagram und Twitter
- Mitteilunge / Aktionen durch Ads hervorheben, da über reguläre Posts nicht alle Fans erreicht werden.
- Wichtige Posts an oberster Stelle pinnen, um Sie sichtbarer zu machen (FB / LinkedIn)
- In den Social Medi Kanälen auch auf die speziellen FAQ Liste aufmerksam machen
- Die gesteigerte Sichtbarkeit im Internet nutzen, um potenzielle Neukunden zu gewinnen (Spezielle Aktionen zur aktuellen Situation planen).

#### 7. Neue Vertriebswege schaffen

- Strategie für den Vertriebsweg über das Internet erstellen und Ziele definieren (Anfragen, Käufe, Buchungen etc.).
- Grundlegendes CheckUp der Seite mit dem Focus Sichtbarkeit, Potenziale und Wettbewerb.
- Google Analytics Tagmanager und Ads korrekt mit der Seite verknüpfen, um Auswirkungen geplanter Kampagnen auswerten zu können.
- Produkte / Services bewerben, die durch die aktuellen Umstände mehr Relevanz haben.
- Ohne Onlineshop auf Cloudbasierte Shop Systeme (z.B. Shopify) zurückgreifen, um Aufwand zu sparen.
- Google hopping nutzen, um zeitnah erste Umsätze zu generieren.
- CSS-Partner für Google Shopping nutzen um 20% der Kosten zu sparen (weitere Infos auf Anfrage).
- Facebook Shop als zusätzlichen Vertriebskanal erwägen (direkt über Facebook Promoten und Verkaufen).
- Aktionen zum Abverkauf von Lagerware im Einzelhandel über Marktplätze oder Shoppingclubs promoten.

Jetzt direkt und unverbindlich einen Onlinetermin (30min ausmachen). Unsere Experten sind für Sie da und helfen gerne auch sofort und Remote! Bleiben Sie gesund und Open Minded!

**#homeoffice #wirbleibenzuhause**