

Kostenlose Marketinginstrumente für Ihr erfolgreiches Online-Marketing



**AUF DEN PUNKT
MARKETING**

Mit Strategie zur Nummer 1





Inhaltsverzeichnis

Einführung	3
Wonach suchen Ihre Kunden – Google Keyword Planner.....	4
Ist ein Markt groß genug – Google Keyword Planner	5
Ihre kostenlose Mini-Webseite – Google My Business	6
Soziale Netzwerke	7
Wie können Sie gute Beiträge für Google und die sozialen Netze schreiben	8
Wie können Sie Themen finden für Beiträge in Google My Business und den sozialen Netzen?	9
Backlinks	10
Marketingautomatisierung durch E-Mail-Marketing	11



Einführung

Im Internet können Sie sehr erfolgreich Marketing machen, ohne Geld investieren zu müssen. Vor allem für den lokalen Einzelhandel gibt es einige hervorragende Möglichkeiten, sein Angebot Kunden und Interessenten kostenlos, werbewirksam und professionell zu präsentieren. Genauso gibt es auch kostenlose Werkzeuge, mit denen Sie herausfinden können, wonach Ihre Kunden suchen, und wie groß die einzelnen Märkte sind.

In diesem Ratgeber stellen wir die Werkzeuge gegliedert nach Einsatzbereich vor.

Wonach suchen Ihre Kunden – Google Keyword Planner

Der Google Keyword Planner (ads.google.com/intl/de_de/home/tools/keyword-planner/) ist ein sehr mächtiges Werkzeug, mit dem Sie herausfinden können, wonach die Kunden im Internet suchen.

Rufen Sie hierzu den Keyword Planner auf und klicken auf „Neue Keywords entdecken“.

The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. At the top, there are navigation tabs for 'Suchen', 'Berichte', 'Tools und', 'Aktualisieren', 'Hilfe', and 'Benachrichtigungen'. Below the navigation, there are two main action buttons:

- Neue Keywords entdecken**: Keyword-Ideen erhalten, um Nutzer zu erreichen, die an Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung interessiert sind.
- Suchvolumen und Prognosen abrufen**: Suchvolumen und bisherige Messwerte sowie Prognosen zur zukünftigen Leistung abrufen.

Below these buttons, there is a section for 'Von mir erstellte Pläne' and 'Für mich freigegeben'. Under 'Für mich freigegeben', there is a table with the following columns:

Plan	Inhaber	Status	Letzte Aktualisierung ↓	Prognosezeitraum
Ideen für neue Keywords erhalten, Suchvolumen erzielen und einen Plan erstellen				

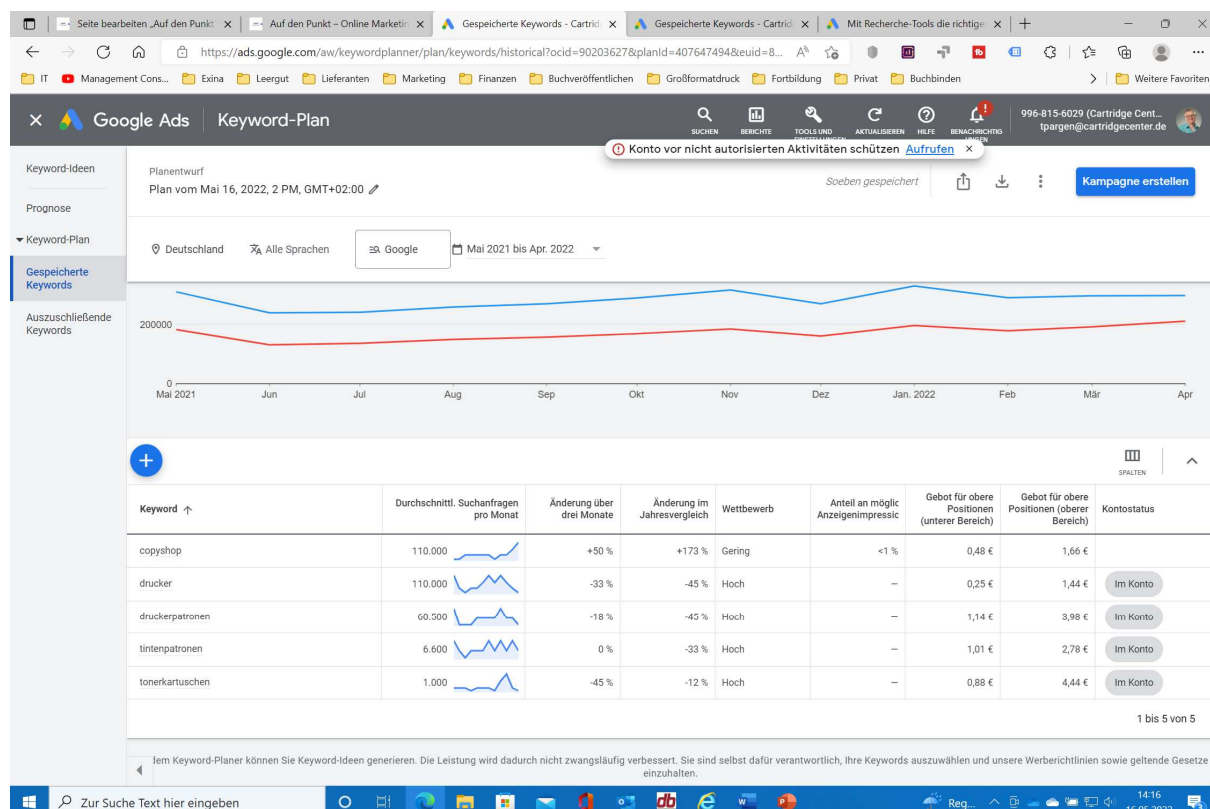
At the bottom of the interface, there are links for 'Verwendung des Keyword-Planers' and 'Ankündigungen neuer Funktionen'.

Jetzt geben Sie ein Keyword ein, für das Sie von Ihren Kunden gefunden werden wollen. Der Keyword Planner listet Ihnen weitere Keywords auf, die eng mit Ihrem verknüpft sind und nach denen die Kunden gesucht haben.

Ist ein Markt groß genug – Google Keyword Planner

Sie haben eine Liste mit Keywords, für die Sie gerne von Ihren Kunden gefunden werden möchten. Sie sind nur unsicher, ob die Kunden sich wirklich für die einzelnen Bereiche interessieren. Auch in diesem Fall können Sie den Keyword Planner nutzen.

Sie rufen den Keyword Planner auf und klicken dieses Mal auf „Suchvolumen und Prognosen abrufen“. Jetzt können Sie mehrere Keywords oder auch eine Datei mit Ihren Keywords hochladen. Als Ergebnis bekommen Sie eine Auswertung, die Ihnen zeigt, ob nach Ihren Keywords im Internet gesucht wird und wie oft.





Ihre kostenlose Mini-Webseite – Google My Business

Mit Google My Business (www.google.com/intl/de_de/business/) können Sie Ihre eigene „Mini-Webseite“ erstellen. Die Einrichtung ist sehr leicht. Sie müssen lediglich alle relevanten Daten für Ihr Unternehmen eingeben wie Produkte, die Sie anbieten, Adresse, Telefonnummer, Öffnungszeiten... und schon sind Sie fertig.

Wichtig ist, dass Sie regelmäßig Beiträge auf Ihrer Mini-Webseite veröffentlichen. Google merkt das und wird Ihre Beiträge bei entsprechender Relevanz weit oben in den Suchergebnislisten anzeigen. In den Beiträgen können Sie Texte, Fotos und auch Filme verwenden.

Sehr interessant ist auch die Möglichkeit, dass Sie ein Bewertungsformular erstellen können, das Sie Ihren Kunden zumailen. Sobald diese daraufklicken, öffnet sich ein Fenster und Ihre Kunden können Sie bewerten.



Soziale Netzwerke

Die meisten Menschen sind heute in einem sozialen Netzwerk aktiv, wahrscheinlich auch Ihre Kunden. Sie sollten aus diesem Grund ebenfalls in einem oder verschiedenen Netzen aktiv werden, selbst wenn Ihnen die Inhalte und Diskussionen dort nicht oder nur wenig gefallen.

Damit Ihre Profile und Ihre Beiträge von Ihren Kunden und Interessenten wahrgenommen werden, sollten Sie Informationen verwenden, die in engem Zusammenhang mit Ihren Produkten und Dienstleistungen stehen und an denen Ihre Kunden Interesse haben.

Ferner sollten Sie aktiv Beiträge veröffentlichen, denn Aktion schafft Reichweite.

Zu den wichtigsten sozialen Netzwerken zählen aktuell Facebook, Instagram, Pinterest, Xing und LinkedIn.

- Facebook ist das größte soziale Netzwerk weltweit. Nutzer teilen zum Teil sehr persönliche Informationen. Das Netzwerk ist sehr schnelllebig, Beiträge sind oft nur kurz sichtbar. Sie können hier Firmenkonto einrichten.
- Instagram gehört zu Facebook (Meta), und auch hier teilen die Mitglieder private Informationen. Auch hier können Sie Firmenkonto einrichten.
- Pinterest gehört zu Google. Allein aus diesem Grund sollten Sie darüber nachdenken, hier präsent zu sein. Auch Pinterest ist eine sehr private Plattform, auf der Sie Firmenkonto einrichten können.
- Xing ist ein berufliches Netzwerk. Sie können wählen zwischen einer kostenlosen und einer kostenpflichtigen Mitgliedschaft (ca. € 100,-- / Jahr). Xing gibt es nur in deutschsprachigen Ländern.
- LinkedIn ist ebenfalls ein berufliches Netzwerk, im Gegensatz zu Xing aber weltweit vertreten. Auch hier gibt es kostenlose und eine kostenpflichtige Mitgliedschaft (ca. € 200,-- / Jahr).



Wie können Sie gute Beiträge für Google und die sozialen Netze schreiben

Wenn Sie im Internet Beiträge für Ihre Firma veröffentlichen, denken Sie bitte immer daran, dass Sie für Menschen schreiben. Sorgen Sie deswegen für einen Mix aus Unterhaltung und Information. Gerade im Internet möchten Menschen auch oft unterhalten werden. Schreiben Sie auf keinen Fall Texte, in denen Sie nur Informationen auflisten. Ihre Leser könnten schnell ermüden.

Suchen Sie stattdessen den Dialog und stellen Sie Fragen. Das ist viel besser als eine Dauer-Verkaufsveranstaltung. So erfahren Sie auch viel mehr über Ihre Kunden und der Dialog weckt das Interesse anderer Nutzer.

Liefern Sie nützliche und hochwertige Informationen, die Ihren Kunden helfen, ein Problem zu lösen. So machen Sie sich nützlich und profilieren sich als Experte. Viele Kunden werden dann vertrauen und Ihre Beratung in Anspruch nehmen und bei Ihnen kaufen. Ein weiterer Vorteil, als nutzenstiftender Experte sind Sie für die Kunden oft wertvoller und können höhere Preise verlangen.

Verwenden Sie auch Emojis und Hashtags und gerne auch Handlungsaufforderungen (call to action). Mit Emojis sprechen Sie Emotionen an, mit Hashtags machen Sie es Suchmaschinen leichter, Ihre Beiträge zu finden. Und mit Handlungsaufforderungen haben Sie zum Beispiel die Möglichkeit, mit Kunden und Interessenten ins Gespräch zu kommen.

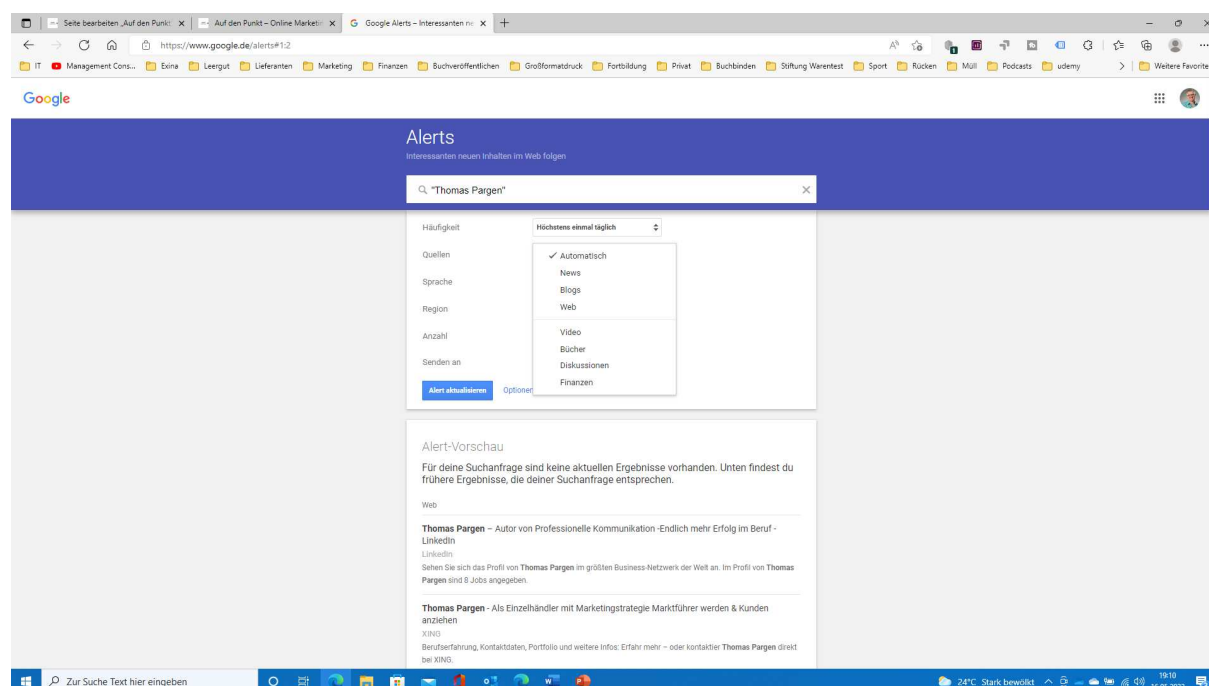
Auf jeden Fall sollten Sie Textbeiträge ergänzen mit Fotos und Filmen. Ein Bild und auch ein Film sagen oft mehr als 1.000 Worte.

Wie können Sie Themen finden für Beiträge in Google My Business und den sozialen Netzen?

Sie werden es kaum glauben, aber es gibt sehr viele Möglichkeiten, Themen zu finden, die das Interesse Ihrer Kunden wecken.

Eine gute Möglichkeit ist, Branchennewsletter zu abonnieren. So werden Sie stets mit aktuellen Informationen aus Ihrer Branche versorgt und können auswählen, worüber Sie Ihren Kunden berichten.

Eine weitere Möglichkeit Google Alerts (www.google.de/alerts). Google Alerts informiert Sie, sobald im Internet Beiträge zu von Ihnen ausgewählten Themen erscheinen.



Sie haben mehrere Auswahlmöglichkeiten, zum Beispiel, wie oft Sie informiert werden wollen, welche Quellen ausgewertet werden sollen, welche Sprachen, welche Regionen...

Eine weitere Quelle für interessante Inhalte relevante Gruppen in den sozialen Netzwerken selbst. Auch hier wird über aktuelle Themen geschrieben, und Sie können diese Themen aufnehmen.

Genauso können Sie auch über Ihren Arbeitsalltag berichten. Als Einzelhändler können Sie zum Beispiel zeigen, wie Sie neue Ware einräumen oder in Ihr Geschäft investieren, zum Beispiel in Weiterbildung.

Für Ihre Fans und Follower ist es auch sehr interessant, Sie als Unternehmer und Person hinter der Firma besser kennen zu lernen. So können Sie Vertrauen aufbauen, ein sehr wichtiges Kapital im Geschäftsleben.

Wenn Kunden Sie loben und bewerten ist das immer einen Beitrag wert, vorausgesetzt der Kunde ist einverstanden, dass Sie ihn erwähnen.

Und natürlich können Sie auch immer wieder mal aktuelle Angebote veröffentlichen. Das sollten Sie aber nicht übertreiben, sondern immer mit anderen Beitragsarten mischen.



Backlinks

Backlinks sind Verweise von anderen Webseiten auf Ihre Webseite. Jemand fügt auf seiner Webseite einfach den Link von Ihrer Webseite ein.

Gute Backlinks haben einen positiven Einfluss auf das Suchmaschinenranking von Google. Entscheidend dafür, ob ein externer Link Ihnen im Google Ranking hilft, ist die Qualität der verlinkenden Seite. Gut sind tendenziell solche Links, die von Experten, Autoritäten und vertrauenswürdigen Seiten kommen. Hierzu können zählen Kataloge, Nachrichten- und Presseportale, soziale Medien...

Im Gegensatz dazu lassen Sie auf jeden Fall die Finger weg vom Link-Kauf. Das ist entsprechend den Google Richtlinien verboten.



Marketingautomatisierung durch E-Mail-Marketing

Hierzu ist es logischerweise notwendig, dass Sie die E-Mail-Adressen Ihrer Kunden haben. Mit einem professionellen Tool können Sie diese jederzeit DSGVO-konform anschreiben. Und Sie können diese Prozesse automatisieren. Ein Kunde, der ein Kontaktformular ausfüllt, bekommt automatisch eine andere Mail als einer, der das Formular nicht ausfüllt. Solche „Wenn dann – Bedingungen“ können Sie beliebig viele definieren und so Ihren Kunden regelmäßig Informationen zusenden, die für diese relevant sind.

Professionelle Systeme wie cleverreach.de gibt es oft als kostenlose Einstiegsversionen.



Auf den Punkt Marketing
Thomas Pargen
www.auf-den-punkt.marketing
Kurt Schumacher Ring 3
65197 Wiesbaden
Telefon: +491607828235
E-Mail: tpargen@auf-den-punkt.marketing