

## Teil II

Name: \_\_\_\_\_

**Hinweis:** Nehmen Sie bei der Beantwortung der Fragen bitte Bezug auf Ihre Angaben in der Projektarbeit Teil I

### **Aufgabe 2.3: Kommunikation**

a) Was soll durch die geplanten digitalen Kommunikationsmaßnahmen erreicht werden?

User Persona 1:

User Persona 2:

b) Was ist die zentrale Botschaft, die in der Kommunikation übermittelt werden soll?

User Persona 1:

User Persona 2:

c) Was sollen die Kunden über „uns“ denken und wie sollen sie sich fühlen, wenn sie die Botschaft sehen?

User Persona 1:

User Persona 2:

d) Was könnte ein Beweggrund für die Rezipienten sein, die Botschaft mit anderen teilen zu wollen?

User Persona 1:

User Persona 2:

e) In welchen digitalen Kanälen soll die Botschaft verbreitet werden (Facebook, Xing,...)?

User Persona 1:

User Persona 2:

f) Wie sollte die Tonalität der Botschaft sein?

User Persona 1:

User Persona 2:

### 2.3.1 – 2.3.4 Content Marketing, SEO, SEA & Social Media (A)

Relevante Unterlage(n):

- a) Bei der Erstellung von Kampagnen und Inhalten (z.B. für die Homepage) ist u.a. die Wahl von geeigneten Begriffen (Keywords) von zentraler Bedeutung für den Erfolg der Kommunikations-Maßnahmen (z.B. Facebook-Kampagne, Google-AdWords, YouTube-Video, Text auf Homepage).

Hinweis: In dieser Aufgabe können Sie sich auf (nur) eine Ihrer User-Personas beziehen.

Name der User Persona: \_\_\_\_\_

Hinweise zu den Phasen der Customer Journey anhand eines Beispiels (User Persona „Maria“)

- 1) *Anwerben.* In dieser Phase kennt Maria die Angebote des Unternehmens noch nicht. Maria muss daher in dieser Phase auf das Unternehmen und relevante „Angebote“ aufmerksam gemacht werden. Eine typische Zielsetzung dieser Phase kann darin bestehen, die Zielperson auf die eigene Homepage zu leiten (z.B. mit einer Anzeige bei Facebook oder Google AdWords).
- 2) *Überzeugen.* Maria kennt nun das Unternehmen und befasst sich mit den Angeboten. Üblicherweise werden dabei die Angebote mit Leistungen von anderen Unternehmen verglichen. D.h., Maria muss von den Vorteilen des Angebots überzeugt und idealerweise zu einer Handlung (Download einer PDF, ein Textbeitrag wird vollständig gelesen, Video wird angeschaut, Kontaktdaten werden hinterlegt, ein Profil wird erstellt,...) geführt.
- 3) *Abschließen.* In dieser Phase soll Maria die vom Unternehmen gewünschte „Ergebnis-Zielhandlung“ (Kauf, Buchung, Bewerbung einreichen,...) durchführen. Hierbei muss sichergestellt werden, dass der gesamte Abschluss-Prozess möglichst einfach durchgeführt werden kann und den Bedürfnissen der Zielgruppe (z.B. hinsichtlich Zahlungsweise) entspricht.
- 4) *Binden & Optimieren.* Nachdem wir Kunden gewonnen haben, möchten wir sie (in der Regel) langfristig an uns binden und ihnen nach Möglichkeit weitere passende Produkte anbieten – d.h. die Geschäftsbeziehung weiter optimieren (z.B. mit Cross-Selling und Up-Selling).

User Persona:

Phase	Typische Suchanfragen (bei Google)	Wichtige Keywords	Maßnahmen
1. Anwerben			
2. Überzeugen			
3. Abschließen			
4. Binden & Optimieren			