

# Checkliste Internetmarketing-Konzept

## 1. Ausgangslage

- Auftrag, Projektbeschreibung
- Unternehmensbezogene Ziele und Vorgaben
- Budgetvorgaben
- Bereits registrierte URL's (=Internetadressen)
- Bereits vorhandener Internetauftritt

## 2. Zielsetzungen

- 2.1. Strategische Ziele: Ausbau Distribution, Internationale Ausrichtung, Neue Produkte/ Dienstleistungen lancieren, Kundennähe und/oder Kundenbindung optimieren etc.
- 2.2. Zielgruppen nach Priorität
- 2.3. Zugriffsziele, Zielsetzungen nach Interessenten
  - Anwendersitzungen/Anzahl User, Anzahl Hits, Zugriffe nach Ländern, Zugriffe nach Suchmaschinen, Zugriffe nach Links (=Verbindungen), Zugriffe nach Suchbegriffen etc.
  - Anzahl Interessenten, Offerten, Besprechungstermine etc.
- 2.4. Umsatz- und DB-Ziele Internetplattform
- 2.5. Terminliche Ziele
  - Aufschaltung der Websites
- 2.6. Budget-Ziele
- 2.7. Gestaltungsziele
  - Funktionales-emotionales Design
  - Übersichtlichkeit
  - Geschwindigkeit
  - Integration von CI/CD
  - Klare Nutzenorientierung

## 3. Strategie: Grundsätze, generelles Vorgehen

- 3.1. Leitidee, Art des Internetauftritts (Reiner Werbeauftritt oder umfassende E-Commerce-Lösung)
- 3.2. Welcher Zusatznutzen wird den Besuchern der eigenen Internetseite geboten? (Linksammlungen, Checklisten, Ratgeber, Zusatzdienstleistungen, Diskussionsplattform etc.)
- 3.3. Meilensteine bezüglich Terminen und Teilprojekten/Teilarbeiten
- 3.4. Gestaltungsgrundsätze Inhalt
  - Gemäss Zielvorgaben
  - Integration der wichtigsten Elemente der Werbebotschaft
    - Thema, Produkte, Produktnutzen
    - Profilierungsansätze
    - Ansprache von konkreten Bedürfnissen, Problemen, Kaufkriterien der potentiellen Kunden:
      - Beweise für das Einhalten des Verkaufsversprechens:
- 3.5. Grundsätzliches Vorgehen bezüglich Gestaltung und Betreuung der Websites
  - Interne/externe Gestaltung: ...
  - Interne/externe Betreuung: ...
- 3.6. Strategie betreffend Bestellungs- und Bezahlungssystem
  - Bestellungen via E-Shop-Lösung mit Warenkorb
  - Zusendung der Produkte nach der Bestellung oder direktes Herunterladen von dafür möglichen Produkten oder Dienstleistungen
  - Bezahlung durch Kreditkarte, Rechnung, per Nachnahme etc.
- 3.7. Kommunikationstrategie bezüglich der Internetplattform



- Optimale Suchmaschineneinträge
- Integration in die klassischen Kommunikationsmassnahmen
- Links mit Kooperationspartnern: ...
- Stichwortgestützte Bannerwerbung: ...
- Verlinkung (Verbindung) mit eigenen oder fremden Portalen

3.8. Strategische Keywords

- Wichtigste Begriffe, nach welchen potentielle Kunden im Internet suchen
- Diese Begriffe sind in die eigenen Websites zu integrieren (siehe Checkliste "Im Internet gefunden werden")

**4. Massnahmen/Organisation**

- 4.1. Detailplanung der einzelnen Massnahmen zur Umsetzung der Internetmarketingstrategie
- 4.2. Raster mit Massnahmen/Terminen/Verantwortlichkeiten und allenfalls Budget, falls nicht separat unter Punkt 5.

**5. Budget**

- 5.1. Budgetierung der einzelnen Massnahmen gemäss Punkt 4.

**6. Erfolgskontrollen**

- 6.1. Auswertungen des Providers bezüglich Zugriffen gemäss Zielsetzungen Punkt 2.
- 6.2. Eigene Auswertungen gemäss Zielsetzungen Punkt 2.