



**Schnellcheck:
Diese Zahlen/Daten sollten Sie kennen**

4 Bereiche, die Sie für Ihre Strategie-Ableitung unter die Lupe nehmen sollten

(Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit)

1. Unternehmen: Kennzahlen und Ziele



Sind Zahlen bekannt zu Umsatz, Marketingbudget, Gewinn, Margen, etc.? Sind Vorgaben hierfür vorhanden, die Hinweise auf Online-Marketing-Budgets geben können?



Unternehmensziele in Bezug auf z.B. Marktanteile, neue Märkte, Umsatz gesamt, Umsatz pro Geschäftsbereich, Gewinn, etc.



Daraus abgeleitet – (Online-) Marketing-Ziele bzw. Kennzahlen?



Die eigene Positionierung (USP) und Ziele definiert

2. Website, Webdesign



Falls Online-Shop vorhanden, Kennzahlen
E-Commerce

- Umsatz pro Besucher, ggf. Warenkorb-Wert
- Beliebteste Artikel, „Bestseller“
- Storno-/Retourenquoten



Kennzahlen der Webseiten-Besucher:

- Besucher pro Monat
- Einstieg/Ausstieg
- Nutzungsintensität
- Konvertierungsziele

3. Zielgruppe(n)?



Bestehende Kunden, neue „Wunschkunden“ definiert?



Persona-Profile für diese Zielgruppen erstellt



Vertrieb und Marketing haben hier die gleichen Vorstellungen

4. Markt, Wettbewerber, Umfeld



Marktdaten bekannt – welche Prognosen für Ihre Branche? Was erwarten Experten?



Umfeldanalyse, z.B. PEST oder POSTUR-Analyse erstellt, für das eigene Unternehmen entsprechende Chancen und Risiken identifiziert



Wettbewerber: Top 3 oder Top 5 der Wettbewerber analysiert, Vergleich liefert Hinweise auf Stärken/Schwächen und mögliche Gleichstellungs- bzw. Unterscheidungsmerkmale

Aktuelles Seminarprogramm: www.embis.de/seminare/
Seminarkatalog PDF-Download: www.embis.de/katalog/

eMBIS GmbH Akademie für Online-Marketing
Blumenstr. 25
85399 Hallbergmoos (bei München)

Telefon: 0811 993366-0
Telefax: 0811 993366-1
E-Mail: mail@eMBIS.de
Internet: www.eMBIS.de

