

eMBIS

Erfolg im Blick – die 7 besten Strategie-Tipps aus der Praxis

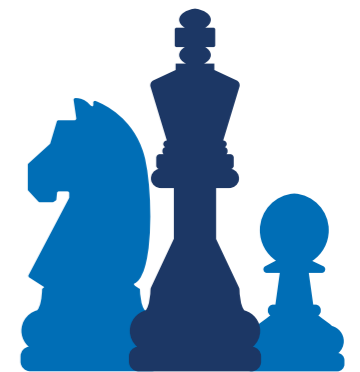


Inhalt

Fangen Sie beim Kunden an

Halten Sie Ihren Plan aktuell

Setzen Sie realistische Ziele

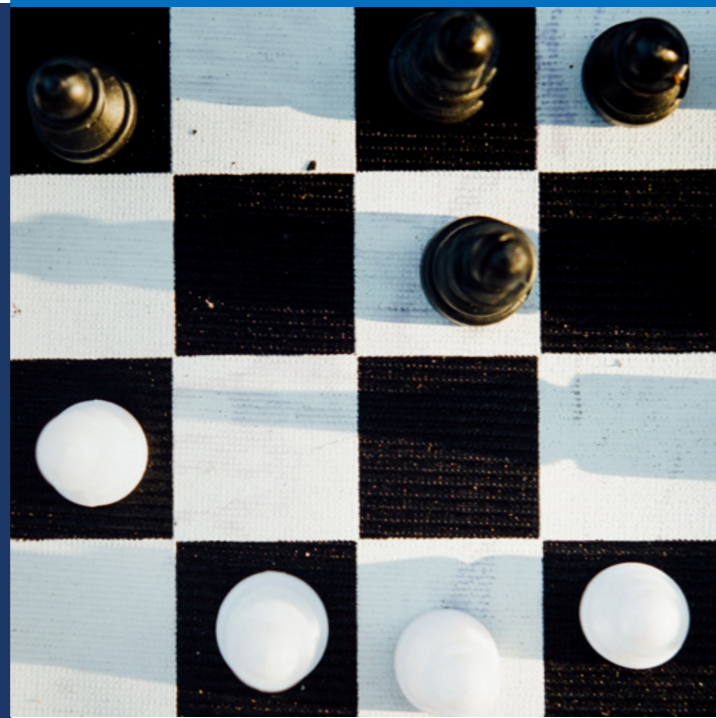


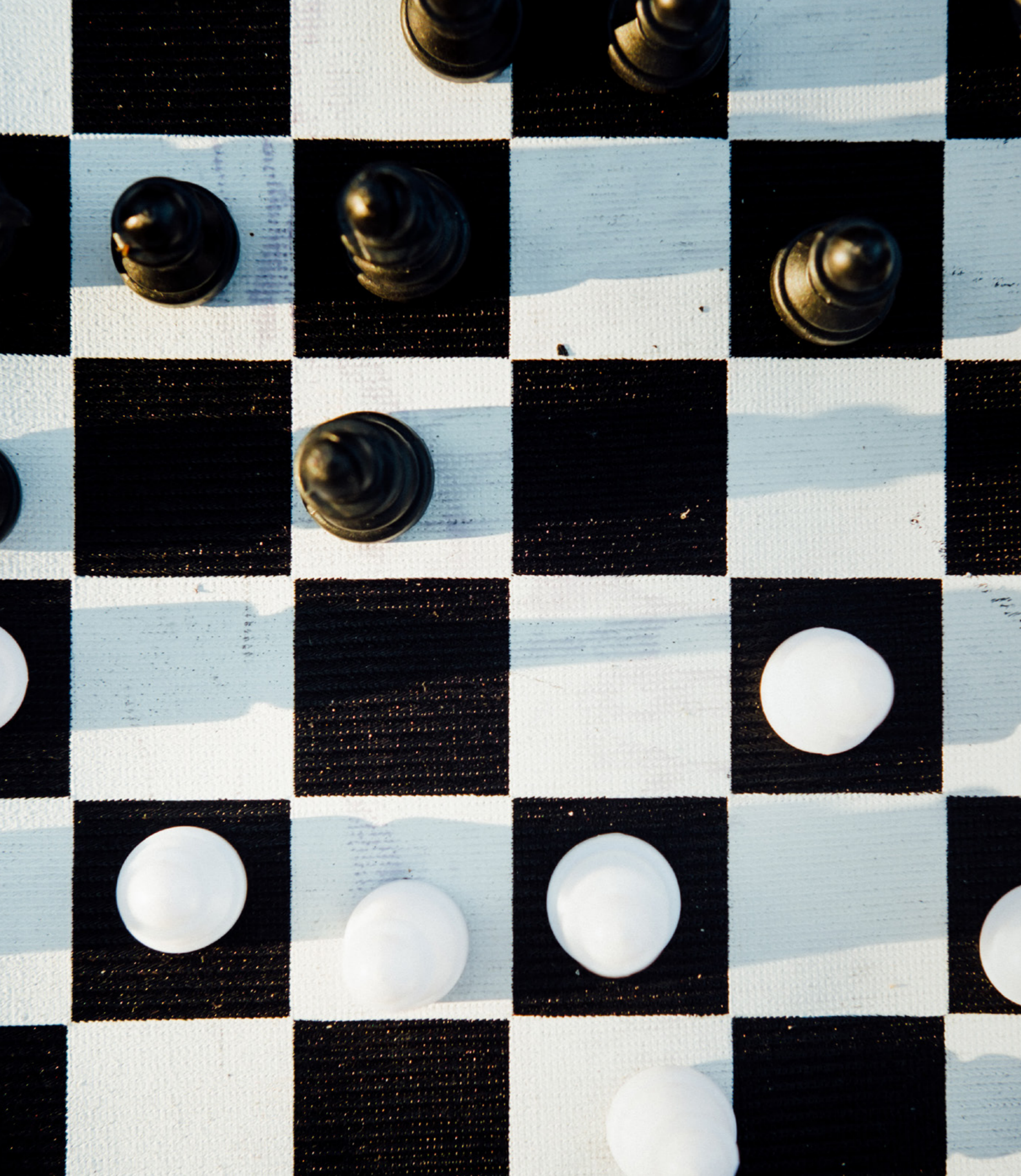
Strategie ist Teamsport, nicht Einzelkampf

Keep it simple

(M)eine Strategie lebt!

Bleiben Sie flexibel





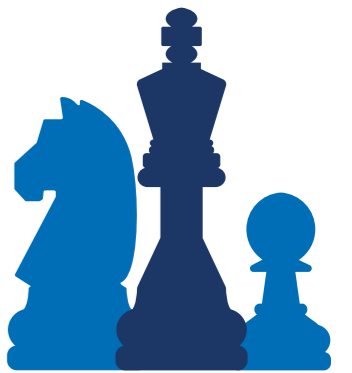
Nicht jedes Unternehmen hat (oder braucht zu Beginn) eine genau ausformulierte, dokumentierte Online-Marketing-Strategie. Aber jedes Unternehmen sollte es sich zum Ziel setzen, bald eine zu haben.

Der Startpunkt ist für jedes Team ein anderer. Am besten, Sie fangen gleich morgen einfach an, eine Online-Marketing-Strategie zu planen.

Starten Sie dafür mit einer ‚kleinen‘ Strategie, die nur die minimal notwendigen Elemente z.B. für ein Projekt / eine Kampagne enthält (Status Quo, Ziele, Zielgruppe, Maßnahmen und Kanäle, passend zum Budget). Dann geht's ans Umsetzen. So sammeln Sie praktische Erfahrungen, können das Controlling verfeinern und damit Ihre Strategie schrittweise weiter ausbauen.

1. Strategie ist Team sport, nicht Einzelkampf

Eine gute Strategie lebt vom kreativen Input vieler Beteiligten im Dienst der Kunden: Vertrieb, Marketing, Kundenservice, Produktentwicklung.
Die Strategie wird umso besser gelebt und umgesetzt, je mehr Menschen innerhalb des Unternehmens sie kennen und daran mitgewirkt haben.

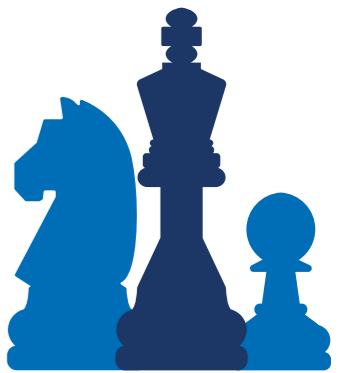


2.

Fangen Sie beim Kunden an – planen Sie um Kunden und ihre Bedürfnisse herum, basierend z.B. auf der Customer Journey

Die Kundenzentrierung ist bei den meisten heute endgültig im Bewusstsein verankert. Schließlich ist es Aufgabe von Unternehmen, Fragen zu beantworten, Probleme zu lösen und die Wünsche der Kunden zu erfüllen.

Je mehr dies der Mittelpunkt der Strategiearbeit ist, desto erfolgreicher wird letztlich das Online-Marketing sein.

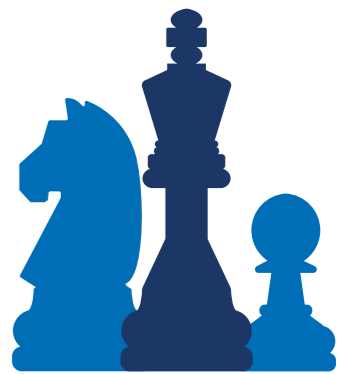


3.

Setzen Sie realistische Ziele – faktenbasiert und konkret

Klar, es gibt Unternehmen für die ist „Marktführerschaft bei XY in ABC“ ein wichtiges und richtiges Ziel. Für viele wäre „Die Steigerung der Online-Käufe von XY im um ZZ Prozent im Zeitraum von Juli bis Dez. 2022“ das bessere Ziel.

Eine ehrliche Bestandsaufnahme „Wo stehen wir?“ und „Wo wollen wir hin?“, gepaart mit Zahlen/Daten aus Marketing & Verkauf und dem Know-how des Kundendienstes liefern eine solide Basis für die Formulierung von konkreten Zielen.



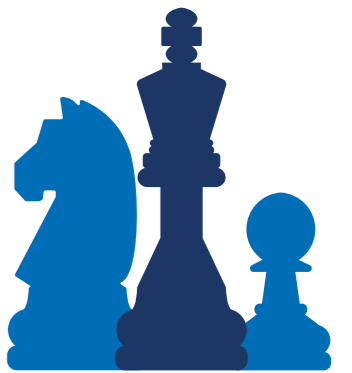
4.

Keep it simple. Klare Struktur des Plans = leichtere Orientierung

Sie sollten Ihre Strategie unbedingt schriftlich fixieren. Ob Word, Powerpoint oder Mindmap ist egal. Es sollte nur zur Arbeitsweise Ihres Unternehmens passen und managementtauglich sein.

Viel wichtiger ist eine Management-Zusammenfassung von etwa 1 Seite, die auf einen Blick alle wesentlichen Eckpunkte Ihrer Strategie zeigt. Gliedern Sie entsprechend der 6 großen Strategie-Abschnitte des BEST-OK-Modells:

1. Bewertung: Status quo
2. Ergebnis: Ziele
3. Strategie: Eckpunkte des Vorgehens
4. Taktik: Mittel & Maßnahmen
5. Operativ: Organisatorischer Rahmen
6. Kontrolle: Erfolgsmessung und Optimierung

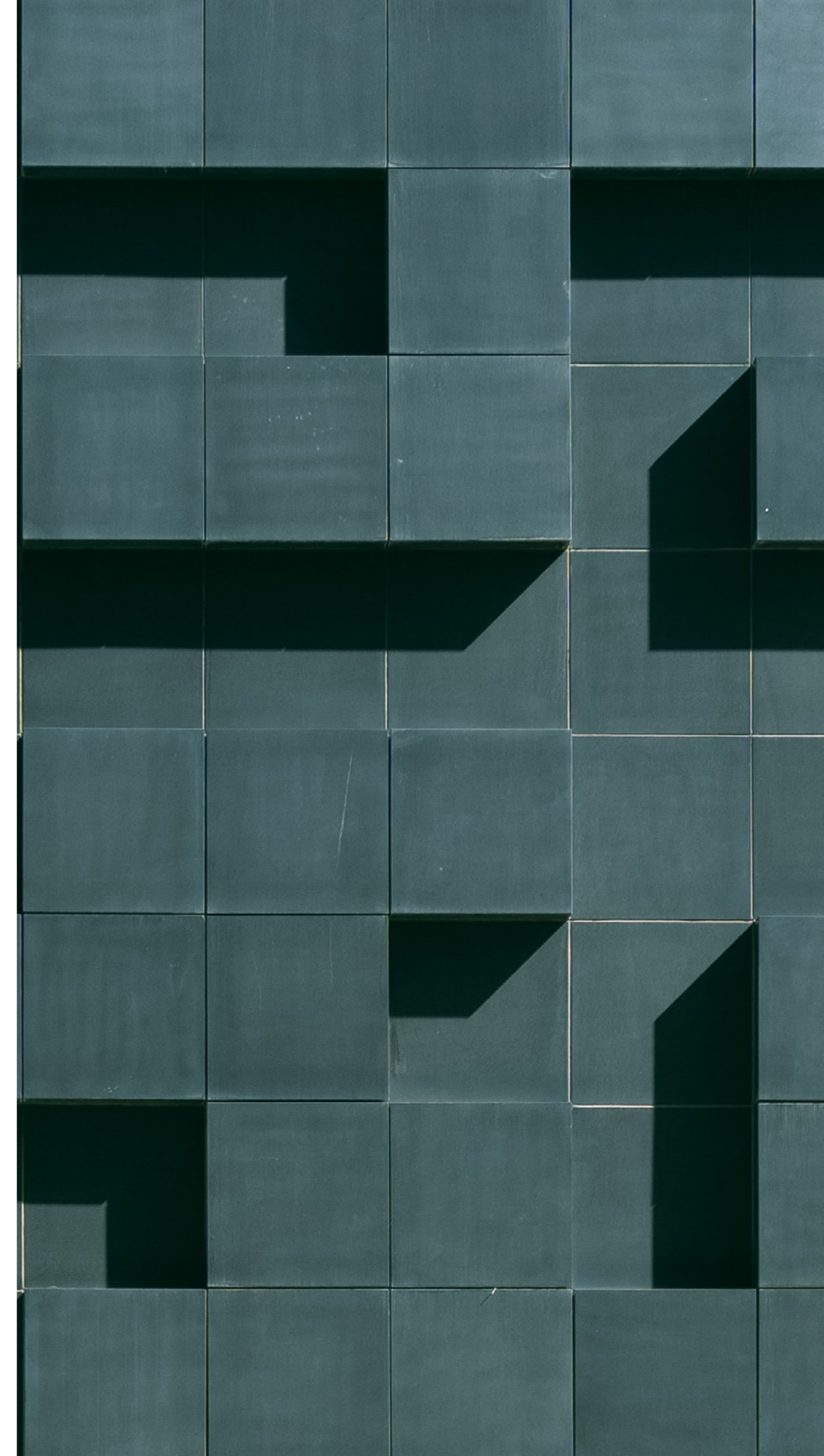


5.

(M)eine Strategie lebt! Eine Strategie für alle oder gar ein „endgültiger“ Plan ist Illusion

Eine Strategie, die über alle Unternehmen möglichst lange gültig ist, gibt es nicht. Jede gute Strategie ist eine Maßanfertigung und basiert auf den individuellen Vorgaben und Bedingungen eines Unternehmens.

Und, Strategie ist im Idealfall ein Prozess, ein Kreislauf. Nach der Umsetzung folgt immer „messen – bewerten – optimieren“. Dies gilt sowohl für Maßnahmen und Kampagnen als auch für die Strategie an sich.

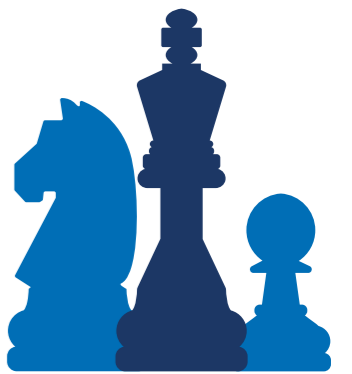


6.

Bleiben Sie flexibel – „Life happens while you make other plans“

Dies ist die logische Fortsetzung von Punkt 5. Sie können noch so gut planen, Sie müssen doch stets Ihr gesamtes Umfeld, die globale Entwicklung wie die regionalen Wettbewerber im Blick haben.

Tut sich hier Unvorhergesehenes oder ergeben sich neue Chancen, greifen Sie zu. Passen Sie Ihre Strategie an – genau dafür ist sie gedacht.

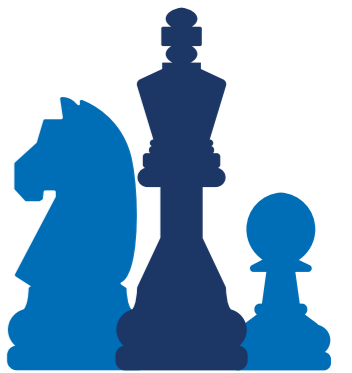


7.

Halten Sie Ihren Plan aktuell – fester Kalendertermin zur Überarbeitung, 1/2 Tag pro Quartal

Damit aus Ihrer Strategie keine „Schrack-Ware“ wird, tragen Sie sich am besten einen festen Termin mit Ihrem Team in die Kalender ein. In diesem Termin werfen Sie einen Blick auf den aktuellen Stand, entwickeln ggf. kreative Lösungen für neue Aufgaben und aktualisieren Ihre Strategie.

Wenn im Unternehmen kein Raum für Kreativität vorhanden ist, gehen Sie raus. Meetings im Grünen oder in Co-Working Spaces sorgen für manch überraschendes Ergebnis.



eMBIS

AKADEMIE FÜR
ONLINE MARKETING

»Seminare von Menschen,
die ihren Job lieben.«



www.eMBIS.de