

24 Digital Marketing Strategien

Strategie 9 min Lesezeit 20. September 2020 [Simon Flück](#)



24 Digital Marketing Strategien

Mit Digital Marketing Strategien kann ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz erreicht werden. Die daraus entstandenen Digital Marketing Massnahmen helfen, die eigenen Verkaufs- und Marketingziele in der digitalen Welt zu erreichen.

Am erfolgversprechendsten sind Digital Marketing Strategien, wenn verschiedene digitale Strategien und Massnahmen miteinander kombiniert werden. Zusätzlich können offline Massnahmen integriert werden. Darunter haben sich im Laufe der Zeit 24 erfolgreiche Strategien entwickelt. Bei der Auswahl der richtigen Strategien sollten zukünftige **Digital Marketing Trends** berücksichtigt werden.

24 erfolgreiche Digital Marketing Strategien

Eine integrierte Digital Marketing Strategie ist ein langfristiger und zukunftsorientierter Plan, um Unternehmensziele zu erreichen. Dabei ist es sinnvoll, verschiedene Digital Marketing Strategien miteinander zu kombinieren. Dazu sind nachfolgend 24 erfolgreiche und weniger bekannte Digital Marketing Strategien aufgelistet.

1. Bloggen

Mit dem Führen eines Blogs auf einer Website werden Informationen und Gedanken zu spezifischen und aktuellen Themen veröffentlicht. Dies hilft zu mehr Website Besuchern und soll zu Diskussionen und einem Austausch mit der Zielgruppe führen. Der Blog ist eine beliebte Massnahme, um von potenziellen Kunden gefunden zu werden.

2. Community Marketing

Die aufwendigste Digital Marketing Strategie ist vermutlich das Community Marketing. Damit wird die Zielgruppe in eine aktive, nicht aufdringliche Diskussion verwickelt. Dabei nimmt das Unternehmen eine passive Rolle wahr. Communities helfen Produkte und Dienstleistungen zu verbessern und zu vermarkten. Zudem kann eine Community aufgebaut werden, sodass sich Kunden gegenseitig helfen und Tipps geben.

3. Content Marketing

Bei der Content Marketing Strategie liegt der Fokus auf der Erstellung von hilfreichen Inhalten für Kunden. Das Ziel ist, von den Kunden gefunden zu werden. Die Inhalte werden auf verschiedenen Digital Marketing Kanälen wie Blog, Newsletter, Social Media und der Website verteilt. Es ist ein Teil des Inbound-Marketings und einer der beliebtesten Digital Marketing Strategien.

4. Display Advertising (Werbebanner)

Mittels Display Advertising werden potenziellen Kunden gezielt Werbebanner ausgespielt. Meist wird dafür die Programmatic Advertising Technologie verwendet. So werden aufgrund von Nutzer- und Verhaltensdaten potenzielle Kunden im Internet gefunden. Diesen werden dann automatisiert passende Botschaften gesendet. Die Werbebanner sind statisch oder animiert und dienen heutzutage eher für Image-Kampagnen.

5. E-Mail- / Newsletter-Marketing

Mittels einer E-Mail werden im Massenversand Inhalte an die Kunden versendet. Die Geschichten und Inhalte stammen meist aus einer Content Marketing Strategie. Mittels einer Automatisierung kann auf das Verhalten der Kunden reagiert werden, sodass der Kunde einen individuellen Newsletter erhält.

6. Empfehlungsmarketing

Empfehlungsmarketing ist die Methode, bei der Kunden gekaufte Produkte oder Dienstleistungen empfehlen und bewerben. Solche Weiterempfehlungen und Produktbewerbungen erfolgen oft spontan. Unternehmen können dies durch geeignete Strategien und Massnahmen beeinflussen und fördern. Dabei sind Rabatte und Gutscheine für erfolgreiche Weiterempfehlungen beliebt.

7. Growth Hacking

Growth Hacking ist eine Digital Marketing Strategie mit dem Ziel, Wachstum zu erzeugen. Dazu werden verschiedene Strategien, Konzepte, Kanäle und Zielgruppen gegeneinander getestet. Mittels Kreativität und analytischem Denken werden so Kosten optimiert für den maximalen Erfolg.

8. Inbound-Marketing

Das Inbound-Marketing verfolgt das Ziel, mit wertvollen Inhalten von Kunden gefunden zu werden. Im Gegensatz zum Outbound, welches Werbebotschaften aktiv an die Kunden sendet, konzentriert sich Inbound auf ein verbessertes Kundenerlebnis. So kann eine wertvolle Kundenbeziehung geschaffen werden. Meist wird dafür Content, E-Mail und Social Media Marketing sowie SEA und SEO verwendet.

9. Influencer Marketing

Beim Influencer Marketing wirbt eine Person mit grossem Einfluss und vielen Followers für die Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens. Diese Digital Marketing Strategie ist beliebt, da die Werbebotschaften etwas glaubwürdiger wirken. Meist verwenden Influencer Social Media Kanäle, um die entsprechenden Produkte und Dienstleistungen zu bewerben.

10. Leadgenerierung

Die Leadgenerierung ist vielfach beim Verkauf angesiedelt. Mit dieser Digital Marketing Strategie werden Kontaktdaten von interessierten Kunden gewonnen und in einem CRM gesammelt. Die einzelnen Kundendaten werden qualifiziert und die Interessen der Kunden hinterlegt. Mit diesen Daten können das Marketing und der Verkauf individuelle Inhalte und Angebote den Interessierten unterbreiten und Kaufabschlüsse generieren.

11. Local Search Marketing

Häufig suchen Kunden nach Unternehmen sowie Produkten und Dienstleistungen, welche sich in ihrer Nähe befinden. Mit Local Search Marketing wird die Chance erhöht, von Kunden in der Umgebung gefunden zu werden. Dies wird immer wichtiger, da Kunden vermehrt mit dem Smartphone nach einem passenden Angebot in der Nähe suchen.

12. Marketing Automation

Die Königsdisziplin aller Digital Marketing Strategien ist das Marketing Automation. Mittels Software werden vorbereitete Inhalte und Werbebotschaften zielgruppengerecht und automatisiert an einzelne Kunden versendet. Dafür bedient sich eine Marketing Automation-Lösung mit Daten vom CRM und wie sich einzelne Kunden im Internet verhalten. Daraufhin werden individuelle Inhalte auf Social Media-Kanälen und Webseiten oder mittels Newsletter den Kunden zugespielt.

13. Mobile Marketing

Für das Smartphone können separate und individuelle Strategien und Massnahmen umgesetzt werden. Darunter zählen diverse Werbeformen wie lokal basierte Werbung, um von Nutzern in der Nähe gefunden zu werden. Weiter kann innerhalb von Apps geworben werden oder basierend auf Suchanfragen und Spracheingaben. Weiterhin kann die klassische SMS verwendet werden, um Reservations- und Liefererinnerungen zu versenden.

14. Online Partnering

Eine eher unbekannt Digital Marketing Strategie ist das Online Partnering. Indem das nicht konkurrenzierende Partnerunternehmen Artikel und andere Inhalte auf den eigenen digitalen Kanälen veröffentlicht, kann die Reichweite erhöht und zusätzliche Zielgruppen erreicht werden. Meist wird für diese Dienstleistung eine Gebühr bezahlt wie bei einem Sponsoring.

15. Performance Marketing

Performance Marketing ist ein Mix aus verschiedensten Digital Marketing Strategien. Dabei geht es um messbare Reaktionen der Kunden. Ziele sind beispielsweise die Steigerung des Online-Verkaufs, Download von PDFs, Registrierungen oder andere Interaktionen (Conversions), welche Kunden im Internet machen können.

16. Plattform-Marketing

Durch eine Plattform Marketing Strategie können zusätzliche Kunden erreicht werden, welche sich auf anderen Webseiten bewegen. Dies ist eine effektive Digital Marketing Strategie, die Reichweite zu erhöhen, ohne dass für die eigenen digitalen Kanäle geworben werden muss. Beispielsweise kann dafür eine Präsenz auf Verkaufsplattformen wie Amazon und Ricardo oder bei Bewertungs- und Verzeichnisplattformen aufgebaut werden.

17. Remarketing

Die wohl unbeliebteste digitale Werbeform bei den Kunden ist das Remarketing. Mit dieser Strategie werden Kunden wiederholt Werbebotschaften aufgrund deren Nutzerverhaltens zugesendet. Das kann Werbung für Produkte eines Online-Shops sein, die sich ein Kunde bereits angeschaut, aber beim entsprechenden Anbieter nicht gekauft hat. Vor allem im eCommerce-Bereich ist dies eine beliebte Massnahme, da sie vermeintlich gute Resultate erzielt.

18. Review-Marketing

Kunden lesen gerne Bewertungen über Produkte und Dienstleistungen, welche sie in Anspruch nehmen möchten. Dies ergibt bei positiven Bewertungen mehr Kunden und Weiterempfehlungen. Negative Bewertungen können dazu genutzt werden, ein Produkt oder Dienstleistung zu verbessern oder auszutauschen. Mittels diversen Massnahmen können zufriedene Kunden motiviert werden, Bewertungen abzugeben.

19. SEA

Search Engine Advertising (SEA) oder Suchmaschinenwerbung hilft, bei Suchmaschinen wie Google im Internet gefunden zu werden. Es sind bezahlbare Suchergebnisse, die mittels Auktionsverfahren zuoberst auf der Seite mit den Suchergebnissen erscheinen. Diese sehen ähnlich aus wie die organischen Suchergebnisse, welche nicht gekauft werden können. Hierbei sollte SEA immer im Zusammenspiel mit SEO (Search Engine Optimization) umgesetzt werden. Beide sind sehr häufig verwendete Digital Marketing Strategien.

20. SEO Link Building

Ein wichtiges Bewertungskriterium von Suchmaschinen ist die Bekanntheit einer Website. Das bedeutet, umso mehr Artikel und URL-Links über das eigene Unternehmen auf thematisch relevanten Webseiten erscheinen, desto wichtiger wird die Website eingestuft. Gutes SEO Link-Building braucht sehr viel Zeit und Einsatz. Auf gekaufte Links sollte verzichtet werden, da Suchmaschinen dies negativ bewerten könnten. Trotz dessen soll nicht auf gesponserte Artikel mit eigenen Links verzichtet werden.

21. SEO Suchmaschinenoptimierung

Mittels einer **SEO Website Analyse** und Optimierungsmaßnahmen wird die Website von Usern über Suchmaschinen eher gefunden. Dies ist wichtig, da die meisten Besucher über Suchmaschinen auf die Website gelangen. Das **SEO on-page** beinhaltet alle Maßnahmen, welche auf der eigenen Website durchgeführt werden können. Gutes SEO führt auch dazu, dass die Suchmaschinen die Website qualitativ höher einstufen, sodass diese sichtbarer wird.

22. Social Media Marketing (organisch)

Durch die Nutzung von Social Media-Plattformen wird die Bekanntheit einer Marke oder eines Unternehmens gestärkt. Als Basis dient wiederum eine Content Marketing Strategie. Ziel ist dabei, nur Inhalte zu publizieren, welche die Zielgruppen auch interessiert.

Die Social Media Kanäle sollen für einen Dialog genutzt werden und nicht für einen Monolog. Zudem sind Verkaufsbotschaften meist unangebracht.

23. Social Media Marketing (bezahlt)

Ergänzend können organisch veröffentlichte Social Media Posts beworben werden. Dies ist hilfreich, denn nur ein Bruchteil der eigenen Followers können die veröffentlichten Social Media Beiträge sehen. Deshalb sollten ab und zu gute Social Media Posts gesponsert werden, sodass mehr eigene Followers erreicht werden können. Durch das bewerben nach demografischen Kriterien und Interessen können gezielt mehr Kunden erfolgreich angesprochen werden.

24. Technologie-Marketing

Aufgrund des Fortschrittes entstehen im Digital Marketing neue Strategien und Möglichkeiten, Kunden zu erreichen und zu faszinieren. Mit neuen Technologien wie Augmented reality (AR), Virtual reality (VR), Chatbots, Facial recognition, iBeacon, Voice und Video Chat erweitert sich die Digital Marketing Disziplin stetig.

Tipp für eine Digital Marketing Strategie

Bei den oben erwähnten Digital Marketing Strategien sollte das **SEO und Website Analyse** die Basis bilden. Denn wenn die Website eine zentrale Rolle spielt, sollte diese zuerst auf die Kundenbedürfnisse und auf SEO optimiert werden. Dazu wird auch eine Keyword Recherche durchgeführt und Personas gebildet. Mittels dieser zwei Massnahmen kann herausgefunden werden, was die Zielgruppen im Internet suchen und wie sie erreicht werden können.

Mithilfe dieses Vorgehen entstehen neue Ideen für Inhalte, Keywords und Strategien, mit denen die Sichtbarkeit gesteigert und die Kunden erreicht werden können. Zudem ist es nützlich, die erarbeiteten Keywords und Themen in die Digital Marketing Strategien und Inhalte zu integrieren.

Fazit

Digital Marketing bietet eine Vielzahl an Strategien an, um Verkaufs- und Marketingziele zu erreichen. Damit Sie die richtigen Strategien auswählen, bedarf es vorgängig einer Situationsanalyse und eine Auseinandersetzung mit den **Customer Journey Modellen**. Anschliessend kann ein Konzept mit dem **7W Digital Marketing Modell** erstellt werden.

Zu empfehlen ist, dass verschiedene Digital Marketing Strategien und Massnahmen gegeneinander getestet werden (**Growth Hacking**). Das gleiche gilt für die Zielgruppen und die verschiedenen digitalen Kanäle. Dafür wird beispielsweise maximal 20 % des Kampagnenbudgets eingesetzt, um die erfolgreichsten Kombinationen aus Digital Marketing Strategien, Kanälen und Zielgruppen zu identifizieren. Anschliessend wird das restliche Budget für die erfolgreichsten Digital Marketing Strategien eingesetzt.



Simon Flück

Simon Flück ist spezialisiert auf Digital Marketing Themen. Seine Faszination für die digitalen Möglichkeiten motiviert ihn, sich stetig weiterzubilden und sich mit digitalen Trends auseinanderzusetzen. Als Digital Marketer arbeitete er im nationalen und internationalen B2B- und B2C-Umfeld. Nebst vielen Digital Marketing Weiterbildungen studierte er Betriebswirtschaft und Marketing-Kommunikation.