

7W Digital Marketing Konzept

Strategie 5 min Lesezeit 2. Juli 2020 Simon Flück



Ein Digital Marketing Konzept beschreibt die Umsetzung einer Digital Marketing Strategie. Mithilfe des 7W Digital Marketing Modells lassen sich alle gewünschten Strategien und Massnahmen für eine Werbekampagne erarbeiten und planen. Damit wird eine integrierte Kommunikation aller digitalen und analogen Kanälen sichergestellt.

DAS 7W Digital Marketing Konzept für eine Werbekampagne

Ein Digital Marketing Konzept für eine Kampagne wird erstellt, sobald die Situationsanalyse durchgeführt und die Ziele definiert wurden. Darauf basierend folgt die Strategieentwicklung. Bei der Entwicklung können verschiedene **Digital Marketing Strategien** definiert und miteinander kombiniert werden. **Aktuelle Digital Marketing Trends** helfen, bei der Auswahl der passenden Strategie.

Um anschliessend die gewünschten Strategien umsetzen zu können, braucht es ein Konzept. Dieses besteht aus sieben Bausteinen (Wer, Was, Wie, Womit, Wo, Wann und Wie viel). Jedes Element des Digital Marketings Konzept sollte sorgfältig ausgearbeitet werden.



7W Digital Marketing Konzept von Atelier GoLive

7 Elemente des 7W Digital Marketing Konzepts

Damit ein Digital Marketing Konzept für eine erfolgreiche Werbekampagne erstellt werden kann, müssen sieben Bausteine erarbeitet werden.

Dank der 7W lässt sich dieses Konzept gut merken und die verschiedenen Elemente des Konzepts erarbeiten.

Inhaltsübersicht

1. Die gewünschten Zielgruppen (Wer?)
2. Die passenden Inhalte und Botschaften (Was?)
3. Sinnvolle Strategien (Wie?)
4. Die geeigneten Kanäle (Womit?)
5. Die ideale Zielregion (Wo?)
6. Die optimale Planung (Wann?)
7. Das richtige Budget (Wie viel?)

1. Die gewünschten Zielgruppen (Wer?)

Mithilfe einer Zielgruppenanalyse werden potenzielle Kunden sowie interessierte Personen und Beeinflusser identifiziert. Darauf basierend können Personas erstellt werden.

Die Verwendung von Personas ist eine moderne Art, um Zielgruppen darzustellen. Diese werden für die weitere Entwicklung eines Digital Marketing Konzepts verwendet.

Um Personas kreieren zu können, werden die Zielgruppe mit Charaktereigenschaften und mit einem fiktiven Foto versehen. Des Weiteren werden die Personas mit demografischen Eigenschaften sowie deren Interessen, Einstellungen und Verhalten ergänzt.

So wird der Zielgruppe ein Gesicht gegeben und macht diese ein wenig fassbarer.

2. Die passenden Inhalte und Botschaften (Was?)

Um die Sichtbarkeit im Internet sowie die Reichweite zu steigern, braucht es Texte, Bilder, Videos und Grafiken. Diese Inhalte müssen für die Zielgruppen interessant sein und einen Mehrwert bieten. Das kann meist mit einer **Inbound Marketing** und oder einer **Content Marketing Strategie** erreicht werden.

Bei der **Kundengewinnung und -bindung** müssen die Inhalte zudem überzeugen und motivieren, sich über das Angebot mehr zu informieren.

Guter Inhalt hat vielfach einen Bezug zu den Personas. Dazu müssen diese für die Zielgruppen zumindest unterhaltsam oder interessant sein. Bestenfalls können sich die Personas mit der Botschaft identifizieren oder haben das Bedürfnis, diese mit anderen zu teilen.

Um passende Inhalte zu finden, hilft eine gezielte Keyword Recherche.

3. Sinnvolle Strategien (Wie?)

Mit geeigneten **Digital Marketing Strategien** lassen sich die gesteckten Ziele erreichen.

Dabei hat sich gezeigt, dass eine Kombination aus verschiedenen Strategien und Massnahmen erfolgreicher sein können, als wenn nur eine eingesetzt wird.

Nicht selten werden auch offline und online Massnahmen gleichzeitig für eine integrierte Werbekampagne verwendet.

4. Die geeigneten Kanäle (Womit?)

Ein wichtiges Element eines Digital Marketing Konzepts ist, geeignete digitale Kanäle einzusetzen.

Folgende Fragen sind für die Auswahl von Digital Marketing Kanälen hilfreich:

- Nutzt meine Zielgruppe diesen Kanal?
- Erwartet meine Zielgruppe, dass ich sie dort anspreche?
- Ist es der geeignete Kanal für meine Botschaften?
- Sind genügend Inhalte vorhanden, um den Kanal zu bespielen?
- Habe ich genügend Zeit, den Kanal zu bewirtschaften?

Am besten werden anfangs nur wenige Digital Marketing Kanäle genutzt sowie getestet. Sobald sich ein Erfolg abzeichnet, können diese erweitert werden.

5. Die ideale Zielregion (Wo?)

Nachdem die Personas unter Punkt 1. erstellt wurden, muss herausgefunden werden, wo diese am besten erreicht und angesprochen werden können.

- international, national oder regional
- in der Stadt, Agglomeration oder auf dem Land
- am Arbeitsplatz, auf dem Nachhauseweg oder zu Hause
- in der Nähe einer Schule oder Bahnhof

Auch gilt die Frage zu klären, wo der Kosten/Nutzen am grössten wäre.

6. Die optimale Planung (Wann?)

Die verschiedenen Digital Marketing Strategien und Massnahmen müssen so geplant werden, dass die Personas zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und mit der treffendsten Botschaft erreicht werden. Dafür gibt es für jeden digital Marketing Kanal andere Empfehlungen.

Weil vielfach verschiedene Personas mit unterschiedlichen Botschaften und Angeboten angesprochen werden, braucht es eine saubere Planung. Mit dieser wird geregelt, wann, was, womit und für wen die Werbebotschaft publiziert werden soll.

Dabei hilft bereits eine Excel-Liste oder ein Content Marketing Tool. Mit letzterem kann die Erstellung der Inhalte koordiniert werden sowie für verschiedene Kanäle aufbereitet und gemäss Planung automatisiert veröffentlicht werden.

7. Das richtige Budget (Wie viel?)

Das wohl schwierigste Element eines Digital Marketing Konzepts ist, das Budget zu definieren. Wie viel darf eine Kampagne kosten? Was kostet Erfolg? Wie viel investiert die Konkurrenz?

„Fünfzig Prozent bei der Werbung sind immer rausgeworfen. Man weiß aber nicht, welche Hälfte das ist.“

Henry Ford

Vielfach wird auch ein Prozentsatz wie beispielsweise 5 % des Umsatzes für Werbung und Marketing definiert.

Die grössten Budgetposten sind häufig die Erstellung der Inhalte sowie die Mediakosten, um die Botschaften auszuspielen.

Beispiel für mögliche Kosten einer Kampagne:

- Texte erstellen
- Bilder und Videos kaufen oder machen lassen
- Grafikarbeiten
- Mediakosten wie für Suchmaschinen- (SEA) und Social Media-Werbung
- Webflächen und Content Sponsoring auf Partnerschaften

Fazit

Ob ein kleines Digital Marketing Konzept für Einzelunternehmen und Startups oder ein grösseres für ein KMU, eine sorgfältige Erarbeitung ist unerlässlich.

Für die Erstellung aller Elemente des 7W Digital Marketing Konzepts kann es gut mehrere Stunden bis einige Tage dauern. Dafür sollte die Kampagne erfolgreicher sein als wenn diese ohne sorgfältige Planung und Erarbeitung lanciert werden würde.

Wenn Sie Unterstützung oder ein komplettes Digital Marketing Konzept benötigen, dann helfen wir Ihnen gerne. Auch übernehmen wir die Kreation der Inhalte sowie die Veröffentlichung und Betreuung der Kampagne.

Benötigen Sie ein Digital Marketing Konzept für Ihren Erfolg??

SCHREIBEN SIE UNS!



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.