

DOOLADO
THINK MARKETING, DO DIGITAL



DIGITALES MARKETING

Weitere Info unter: <https://doolado.de/digital-marketing/>



www.doolado.de

Digital Marketing Plan



Analyse & Audit des Istzustandes:

1. Kunden
2. Wettbewerber
3. Markt & Branche
4. Digitale Trends
5. Aktuelle Position
6. Bislang verwendete Instrumente

Online-Marketing-Ziele und KPI entlang der Customer Journey festlegen

1. Bekanntheit
2. Engagement
3. Abwägung
4. Kauf
5. Bindung

Festlegung der benötigten Online-Marketing-Instrumente, z.B.

1. Content Marketing
2. Social-Media-Marketing
3. SEO & SEA
4. Weiterentwicklung der Website
5. Email-Marketing

Planung von Verantwortlichkeiten, Knowhow-Beschaffung, Zeitdauer, Budget etc.

Vorbereitung der Kanäle und Inhalte mit Redaktions- und Mediaplänen sowie Installation des Reporting Systems

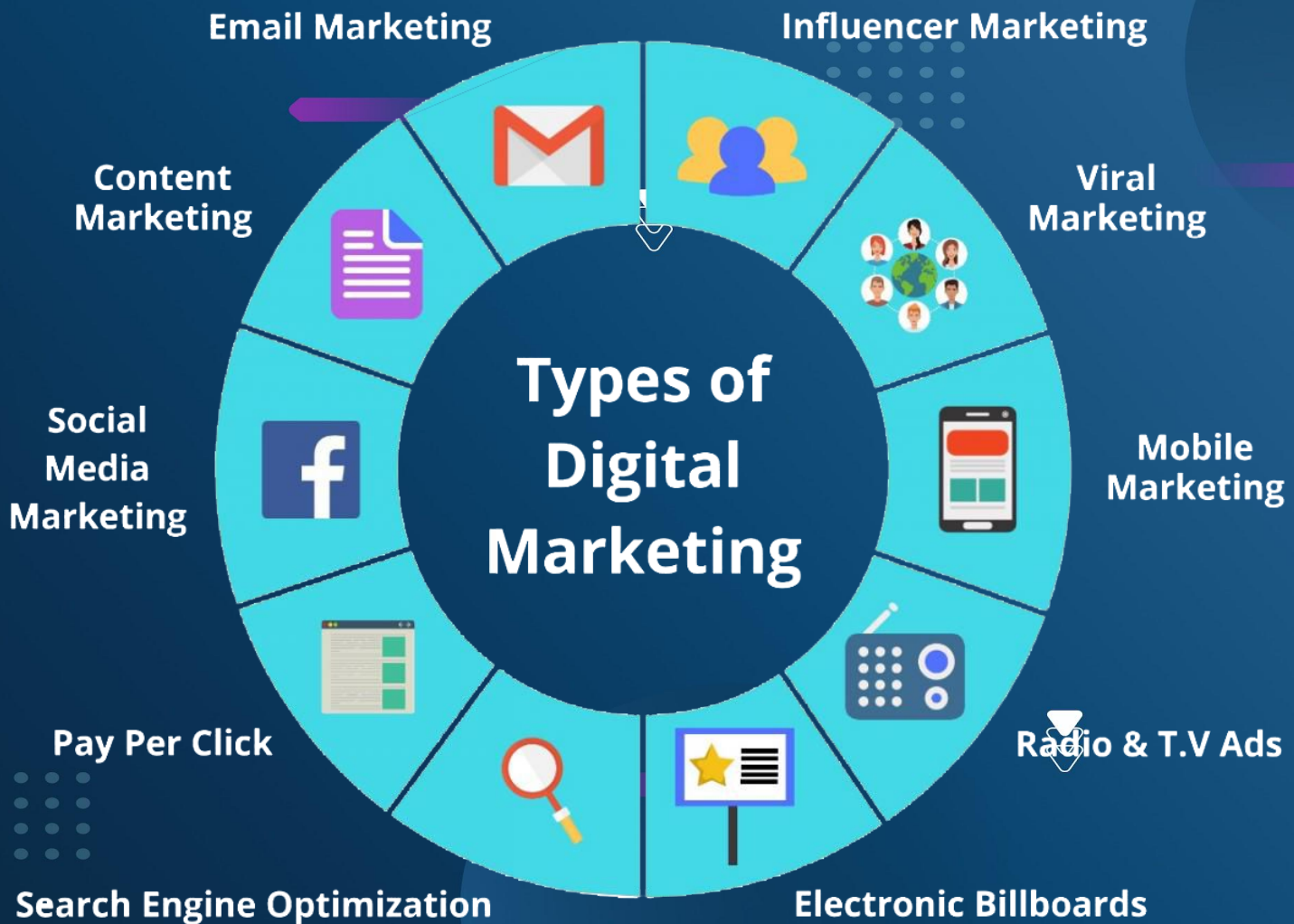
Performance- und Erfolgstracking der Online-Marketing-Instrumente

1. SEO
2. Social Media
3. Website
4. Email
5. ROI



Digital Marketing Instrumente





Digital Marketing Instrumente



SEO Planung



SEO Tsks .XLSX



Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Daten Tools Hilfe Letzte Änderung vor 6 Minuten



E39

fx

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	
1	SEO Plan																										
2																											
3																											
4		Wehr we Are																									
5																											
6	1- keywords Find	welche Keywords haben Konkurrenz, -->website untersuchen mit tools																									
7	2- Meta description	From the another Website the Top 3																									
8	3- Titel find																										
9																											
10																											
11																											
12																											
13																											
14																											
15																											
16																											
17																											
18																											
19																											
20																											
21																											
22		5- strategy																									
23		A Best Keywords																									
24		B Best titel																									
25		C Best titel																									
26																											
27																											
28																											
29																											
30																											
31																											
32																											
33																											
34																											
35		7- Backlinks & Link Detox																									
36		How Much we have																									
37		Fourom baklink																									
38		Gast Not Backling																									
39		Blog																									
40		Magzin																									
41																											

8- Google My Business Accounts

Ads for free
Map
SEO Content
reviews Rezension

9- Genral Analysis

Content Analysis
URL/Landingpage
Fokus-Keyword
Current rankings
Google Analytics

10- Monthly Tasks

SEO content optimized for search engines:
- Creation of 3 category texts per month (min. 400-500 words)
- including internal linking and social media
- including keyword research
- optimized heading structure
- including optimized meta data
- optimized keyword density
- including correction loop

11- Google Ads

Wich google Ads and wich Website
Competive situation

6- Statistics

A-How much of the visitor

Every Month
Every Week
Every Day
Comparison of the competitive situation
- Monthly reporting of the KPIs & developments
B-Wehr we are
With Keyword wich Number

Chang all 2 months

Keyword Analyse

j					
	sinnema.com/		www.studiokrokodil.de/		
	digital-loop.com/		www.double-digits.com/		
	bunch-berlin.com		digital-loop.com/		
	protoplanet-studio.de/		eminded.de/		
Keywords		Search Volume	Title		
Breadcrumbs	Main KW		SEO Title		
	animation studio	1300	Meta Desc.		
	Semantic Related KWs & Secondary KWs				
	animation studio berlin	140	Heading 2		
	animation berlin	70	Heading 3		
	3d animation berlin	40	Heading 4		
	berlin animation	100	Heading 5		
	animation studio deutschland	90	Heading 6		
Content Length	berlin animation	100			
	2d animation studio	40			
	animation studio 2d	40			
	3d animation studio	40			
	animation studio hamburg	40			

Keyword Analyse

Content Recommended .XLSX

Datei Bearbeiten Ansicht Einfügen Format Daten Tools Hilfe Letzte Änderung am 25. Dezember 2021

100% Arial 10

	A	B	C	D	E	F
23		Keywords			Title	
24	Breadcrumbs	Main KW			SEO Title	
25		digitales marketing				
26		Semantic Related KWs & Secondary KWs			Meta Desc.	
27		agentur für digitales marketing			Heading 2	
28		digital marketing agentur			Heading 3	
29	Content Length	digital marketing agentur münchen			Heading 4	
30		digitales marketing berlin			Heading 5	
31		marketing mobile app			Heading 6	
32		digital marketing münchen				
33		digitale agentur münchen				
34		marketing agentur münchen				
35		digitale agentur münchen				
36		digital marketing agentur				
37		content marketing agentur münchen				
38		seo-beratung münchen				
39		digital marketing agenturen				
40		social media agenturen münchen				
41		seo agenturen münchen				
42		marketing münchen				
43		seo agentur münchen				

sheet1 Erkunden

Keyword Analyse

Erhalte Zugriff auf eine detaillierte Keywordübersicht

Sprache/Standort

reise buchen

 Deutsch / Deutschland

SUCHEN

Keyword-Übersicht 👤 : reise buchen

ZUR LISTE HINZUFÜGEN ▼

SUCHVOLUMEN 👤

12.100 HOCH

SEO DIFFICULTY 👤

55

PAID DIFFICULTY 👤

84

COST PER CLICK (CPC) 👤

€1,01

KEYWORD-IDEEN


VORSCHLÄGE

ÄHNLICH

FRAGEN

PRÄPOSITIONEN

VERGLEICHE

KEYWORD <small>👤</small>	TREND <small>👤</small>	VOLUMEN <small>👤</small>	CPC <small>👤</small>	PD <small>👤</small>	SD <small>👤</small>
reise buchen	 	12.100	€1,01	84	55
reise buchen günstig	 	390	€1,12	80	38
reise buchen mit flug	 	320	€0,95	74	53
reise nach dubai buchen	 	210	€1,13	78	58
reise buchen online	 	170	€1,21	66	53
reise buchen türkei	 	140	€0,89	73	36
reise nach mallorca buchen	 	110	€1,68	76	29

ALLE KEYWORD-IDEEN ANZEIGEN

Keyword Analyse

CONTENT-IDEEN

SEITENTITEL [?]	GESCH. AUFRUFE [?]	BACKLINKS [?]
Last Minute Zadar Reise günstig buchen Expedia.at expedia.at	0 <input type="text" value="Keywords"/>	0 <input type="text" value="Links"/>
Dom. Republik Reise finden ★ bis -70% günstiger buchen ... 12-travel.at	0 <input type="text" value="Keywords"/>	0 <input type="text" value="Links"/>
Eine Reise in Deutschland buchen - Und Wellness in Hotels ... hohe-duene.de	0 <input type="text" value="Keywords"/>	0 <input type="text" value="Links"/>
Malta Reise bei CHECK24 buchen - Bis zu 50% Last Minute Rabatt urlaub.check24.de	0 <input type="text" value="Keywords"/>	0 <input type="text" value="Links"/>
Reise , Ferienwohnungen, Privatunterkünfte günstig buchen in ... markt.de	0 <input type="text" value="Keywords"/>	0 <input type="text" value="Links"/>
Aster Reise Service GmbH - Wohnmobil Camper mieten buchen wohnmobil.fti.de	0 <input type="text" value="Keywords"/>	0 <input type="text" value="Links"/>
Flug online zu buchen - Reise nach Polen reisenachpolen.de	0 <input type="text" value="Keywords"/>	0 <input type="text" value="Links"/>

KEYWORD [?]	TREND [?]	VOLUMEN [?]	CPC [?]	PD [?]	SD [?]
smartphone <input type="text" value=""/>		135.000	€0,64	99	73
smartphone test <input type="text" value=""/>		27.100	€0,58	99	77
smartphone ohne vertrag <input type="text" value=""/>		22.200	€0,64	100	72
smartphone angebote <input type="text" value=""/>		18.100	€0,86	100	73
smartphone vergleichen <input type="text" value=""/>		14.800	€0,69	99	60
smartphone vergleich <input type="text" value=""/>		14.800	€0,69	99	61
smartphones <input type="text" value=""/>		12.100	€0,76	99	72

ALLE KEYWORD-IDEEN ANZEIGEN

Backlink Profil

Backlink-Profil für <https://www.kaputt.de/handy/reparatur-in-berlin>

Nur die angegebene URL



Top 100 Backlinks Top 5 Ankertexte Top 5 Seiten Ein Link pro Domain

Verweisende Seiten	DR	UR ↓	Verweisende Domains	Traffic	Ankertext und Backlink
Handy Reparatur in Berlin vergleichen kaputt.de 📍 cc2-18-184-34-48.eu-central-1.compute.amazonaws.com/handy/reparatur-in-berlin DE	0	0	0	0	CANONICAL 📍 www.kaputt.de/handy/reparatur-in-berlin
cleno.de Bewertungen & Reparaturanfrage kaputt.de 📍 kaputt.herokuapp.com/reparaturdienst/159222/cleno?productDefectId=742173	0	0	0	0	Handyreparatur In Berlin 📍 kaputt.herokuapp.com/handy/reparatur-in-berlin ↳ 302 - 📍 www.kaputt.de/handy/reparatur-in-berlin

Backlink-Profil für <https://www.feinreparatur.de/>

Domain inkl. Subdomains



Top 100 Backlinks Top 5 Ankertexte Top 5 Seiten Ein Link pro Domain

Verweisende Seiten	DR	UR ↓	Verweisende Domains	Traffic	Ankertext und Backlink
Top 77 similar websites like reparatur-mumberg.de and alternatives 📍 www.stelike.org/similar/reparatur-mumberg.de BE	64	12	1	0	INPAGE, NOFOLLOW feinreparatur.de/feinreparatur.de 📍 www.feinreparatur.de
Feinreparatur GBR in Berlin - in Das Örtliche 📍 www.dasoertliche.de/Themen/Feinreparatur-GBR-Berlin-Mitte-Brunnensdr DE	80	11	0	0	https://www.feinreparatur... 📍 www.feinreparatur.de
Feinreparatur GBR - Berlin - Smartphone-Reparatur - Bewerten Sie jetzt! 📍 www.kenstoueinen.de/smartphone-reparatur-berlin-feinreparatur-gbr-42102842.html DE	79	11	0	1	NOFOLLOW www.feinreparatur.de 📍 www.feinreparatur.de
► Feinreparatur GBR 10119 Berlin-Mitte Öffnungszeiten Adresse Telefon 📍 www.gebesseiten.de/gstbz/030567c3-668f-4803-b1e8-9cc17e5e856f BE	78	11	0	3	NOFOLLOW https://www.feinreparatur.de/ 📍 www.feinreparatur.de
Computerreparaturen in Berlin auf Marktplatz-Mittelstand.de 📍 www.marktplatz-mittelstand.de/berlin/computerreparaturen DE	76	11	0	0	NOFOLLOW https://www.feinreparatur.de 📍 www.feinreparatur.de
Handyreparaturen in Berlin-Mitte im Das Telefonbuch -> JETZT finden! 📍 www.dastelefonbuch.de/Branchen/Handyreparaturen/Berlin-Mitte DE	74	11	0	0	Homepage www.feinreparatur.de/ 📍 www.feinreparatur.de
Top 100 similar websites like phonedoctor.de 📍 www.siteprice.org/similar-websites/phonedoctor.de BE	73	11	0	0	INPAGE, NOFOLLOW www.feinreparatur.de/www.feinreparatur.de feinreparatur.de ↳ 301 - 📍 www.feinreparatur.de





site://https://doolado.de/



Alle Bilder News Shopping Maps Mehr Suchfilter

6 Ergebnisse (0,20 Sekunden)

Google-Anzeige

In Google Search Console überprüfen

www.google.com/webmasters/
Gehört dir **doolado.de**? Rufe Indexierungs- und Rankingdaten von Google ab.

<https://doolado.de/>

Agentur für Animationsfilm 2D 3D und Mobil Apps sowie ...

Doolado ist die Richtige Wahl Partner für Animationsfilm, Erklärvideo Programmierung nativ und Flutter Apps für iOS und Android, Online Marketing.

<https://doolado.de/animationenfilm/>

Doolado Animationsfilm Erklärvideo 2D 3D Motion Graphic ...

Doolado agentur für Ihre individuelle Top Erklärfilm und Animationsstudio. 1A++ Erklärungsvideos, Imagefilme, Produktvideos und 2D sowie 3D Filme.

<https://doolado.de/contact/>

Doolado Agentur für Online Digital Marketing sowie Mobil ...

Sie haben Fragen oder möchten sich gerne bei uns bewerben? Kontaktieren Sie uns! Brunnenstr. 195, 10119 Berlin, Ammar Ibn Yasir St. 7, New Al-Kawthar, ...

<https://doolado.de/unsere-strategie/>

Doolado Strategie für Online und Digital Marketing, social media

Die Digitalisierung bietet Chancen ohne Grenzen – doch wie können Sie die Möglichkeiten im Marketing für Ihr Unternehmen nutzen?

<https://doolado.de/app-programmierung/>

Doolado, Agentur Flutter & Native iOS und Android App ...

Doolado ist ein Agentur Flutter & Native iOS und Android App Programmierung, Web Applikationen React (Native), entwickeln-, Web Hybrid-Apps.

<https://doolado.de/> Diese Seite übersetzen

Analytics | Alle Konten > Loy Abou-Jabbar | Doolado

Geben Sie hier Ihr Anliegen oder Ihre Frage ein, z. B. "Mess-ID"

Bericht-Snapshot | 16. Dez. 2021 bis 14. Jan. 2022

Bericht-Snapshot

Alle Nutzer | Vergleich hinzufügen

Nutzer 32 | **Neue Nutzer** 32 | **Durchschnittliche Interaktionsdauer** 1 m 27 s | **Gesamteinnahmen** 0,00 €

NUTZER IN DEN LETZTEN 30 MINUTEN 1

NUTZER PRO MINUTE

TOP-LÄNDER

Land	Nutzer
Egypt	1
Germany	1

In Echtzeit anzeigen

Statistiken

Hier erscheinen demnächst Ihre Daten.

In der Zwischenzeit können Sie benutzerdefinierte Statistiken erstellen. So lassen sich Ihre wichtigsten Messwerte beobachten [Webare Informationen](#)

[Erstellen](#)

Alle Statistiken ansehen

WOHER SIND NEUE NUTZER GEEKOMMEN?

Neue Nutzer nach Erste Nutzerinteraktion - Medium

Quelle	Anzahl
(none)	17
referral	10
organic	4
Team@doolad.o.de	1

Bericht zur Nutzergewinnung ansehen

WAS SIND IHRE ERFOLGREICHSTEN KAMPAGNEN?

Sitzungen - nach Sitzung - Medium

Sitzung	Anzahl
(none)	26
referral	19
organic	8
Team@doolado.de	1

Bericht zu neu generierten Zugriffen ansehen

Nutzer - nach Land

LAND	NUTZER
Germany	9
Egypt	7
Canada	3
United States	3
Spain	2
Argentina	1
France	1

Länder anzeigen

WELCHEN TREND GIBT ES BEI AKTIVEN NUTZERN?

Nutzeraktivitäten im Zeitverlauf

30 TAGE: 32
7 TAGE: 32
1 TAG: 2

WIE GUT IST DIE NUTZERBINDUNG?

Nutzeraktivitäten nach Kohorte

Die angezeigten Daten beziehen sich nur auf Geräteadressen

Alle Nutzer	Woche 0	Woche 1	Woche 2	Woche 3	Woche 4	Woche 5
28. Nov. - 4. Dez.	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
5. Dez. - 11. Dez.						
12. Dez. - 18. Dez.						
19. Dez. - 25. Dez.						
26. Dez. - 1. Jan.						
2. Jan. - 8. Jan.						

6 Wochen bis zum Jan. 8

Nutzerbindung ansehen

WELCHE SEITEN UND BILDSCHIRME WERDEN AM HÄUFIGSTEN AUFRUFEN?

Aufrufe nach Seitentitel und Bildschirmklasse

SEITENTITEL UND BILDSCHIRMKLASSE	AUFRUFE
Agentur für Animations...owie Online Marketing	43
Doolado Animationsfil...aphic Explainer Video	21
Doolado, Agentur Fil...od App Programmierung	8
So entwickeln wir ihr... Entwicklung Wie Man	5
Back To School Image ...hone Berlin - Doolado	2
Erklärvideo im Comic St... Comic Stil? - Doolado	2
Online und Digital Ma...b SEO, Agentur Berlin	2

Seiten und Bildschirme ansehen

WAS SIND IHRE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE?

Ereignisanzahl nach Name des Events

NAME DES EVENTS	EREIGNISANZAHL
page_view	88
user_engagement	62
session_start	54
first_visit	32

Ereignisse anzeigen

WAS SIND IHRE WICHTIGSTEN CONVERSIONS?

Conversions nach Name des Events

NAME DES EVENTS	CONVERSIONS
Keine Daten verfügbar	

WAS SIND IHRE MEISTVERKAUFTEN PRODUKTE?

E-Commerce-Käufe nach Artikelname

ARTIKELNAME	E-COMMERCE-KÄU...
Keine Daten verfügbar	

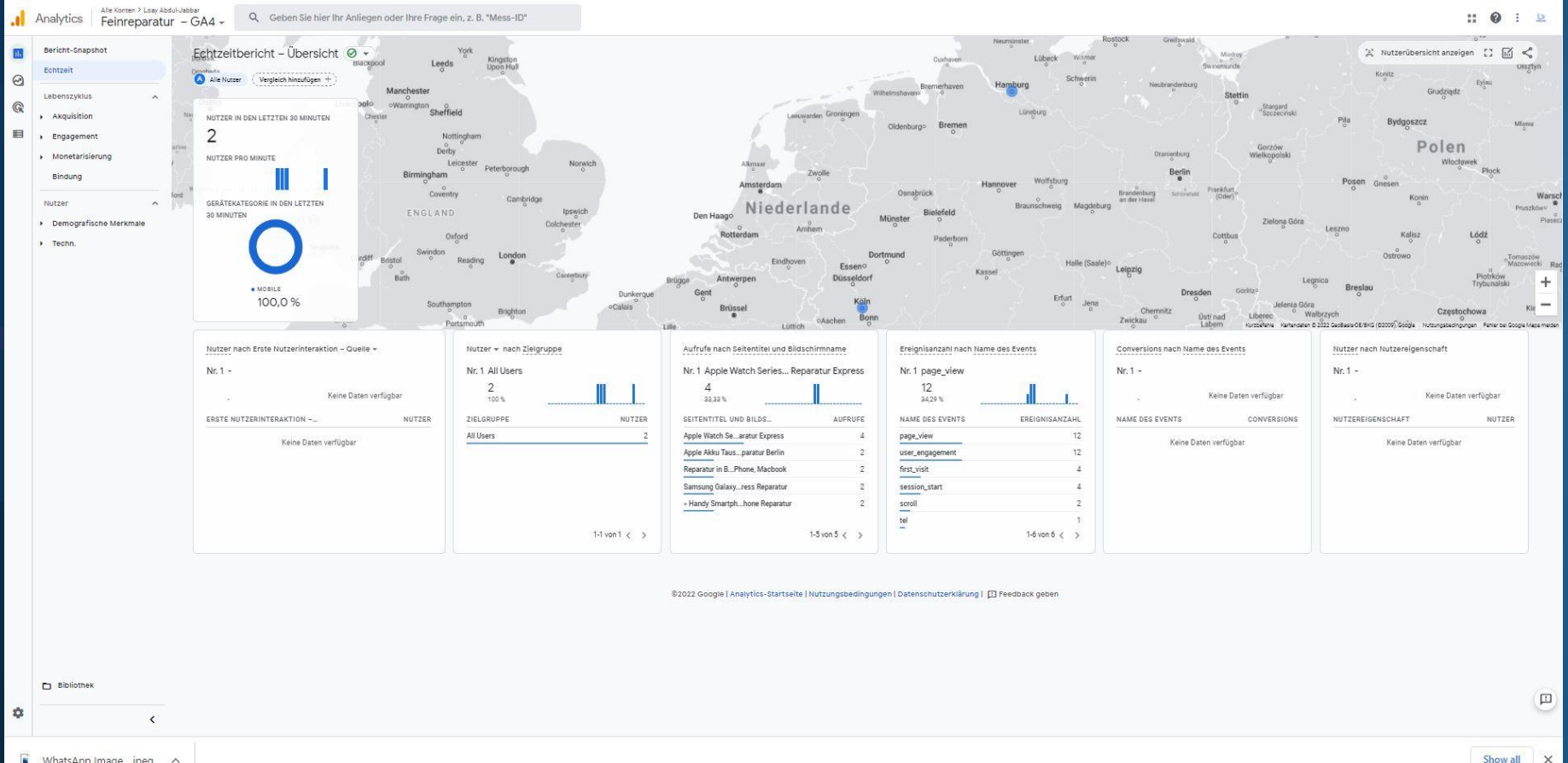
WIE UNTERSCHIEDEN SICH AKTIVITÄTEN AUF DEN VERSCHIEDENEN PLATTFORMEN?

Conversions - nach Plattform

Keine Daten verfügbar

Bibliothek

Analytics Echtzeitbericht



Analytics Traffic

Analytics Alle Konten > technoliphone.de All Web Site Data

In Berichten und Hilfe suchen

Startseite
Anpassung
BERICHTE
Echtzeit
Übersicht
Standorte
Besucherquellen
Content
Ereignisse
Conversions
Zielgruppe
Akquisition
Verhalten
Conversions

Attribution ^{beta}
Entdecken
Verwaltung

ANALYTICS-SCHULUNGEN

Hier können Sie die Nutzeraktivitäten auf Ihrer Website in Echtzeit überwachen.

Die Daten werden kontinuierlich aktualisiert und die einzelnen Seitenaufrufe werden innerhalb von Sekunden in den Berichten aufgeführt. Der Bericht 'Echtzeit' stellt folgende Informationen bereit:

- die Anzahl der Nutzer, die sich derzeit auf Ihrer Website befinden
- ihre geografischen Standorte
- die Keywords und Websites, über die sie auf Ihre Website gelangt sind
- welche Seiten sie aufrufen
- die Conversions im Moment der Durchführung

Realtime Reports

Aktuell
23
aktive Nutzer auf der Website

Seitenaufrufe
Pro Minute

Pro Sekunde

GERMANY GRECE (AT)

96%

Land	Aktive Nutzer
1. Germany	22 95,65%
2. Greece	1 4,35%

Anzahl: Karte: Google Earth

© 2022 Google | Analytics-Startseite | Nutzungsbedingungen | Datenschutzerklärung | Feedback geben

Analytics Traffic

- In Berichten und Hilfe suchen
- Startseite
- Anpassung
- BERICHTE
- Echtzeit
 - Übersicht
 - Standorte
 - Besucherquellen
 - Content
 - Ereignisse
 - Conversions
- Zielgruppe
- Akquisition
- Verhalten
- Conversions

- Durch die heutige Werbeklickrate erzielte Conversions anzeigen
 - Erfahren, ob der heutige Content angesehen wird
 - Leistung der heutigen Tweets und Beiträge überprüfen
 - Implementierungsfehler beheben
- Sekunden in den Berichten aufgeführt. Der Bericht 'Echtzeit' stellt folgende Informationen bereit:
- die Anzahl der Nutzer, die sich derzeit auf Ihrer Website befinden
 - Ihre geografischen Standorte
 - die Keywords und Websites, über die sie auf Ihre Website gelangt sind
 - welche Seiten sie aufrufen
 - die Conversions im Moment der Durchführung



Häufigste Verweise:

Quelle	Aktive Nutzer
Für diese Datenansicht sind keine Daten vorhanden.	

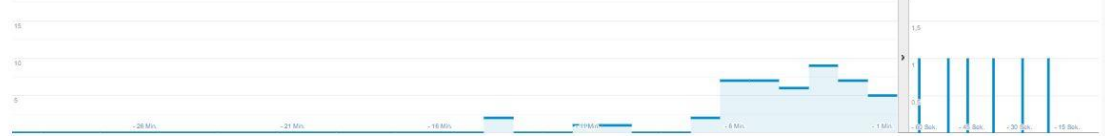
Häufigste soziale Zugriffe:

Quelle	Aktive Nutzer
Für diese Datenansicht sind keine Daten vorhanden.	

Häufigste Keywords:

Keyword	Aktive Nutzer
1. Berlin	4
2. Notebook	4
3. Pc	4
4. Reparatur	4
5. Smartphone	4
6. in	4
7. pro	4
8. computer	3
9. iphone	3
10. Macbook	1

Seitenaufrufe
Pro Minute



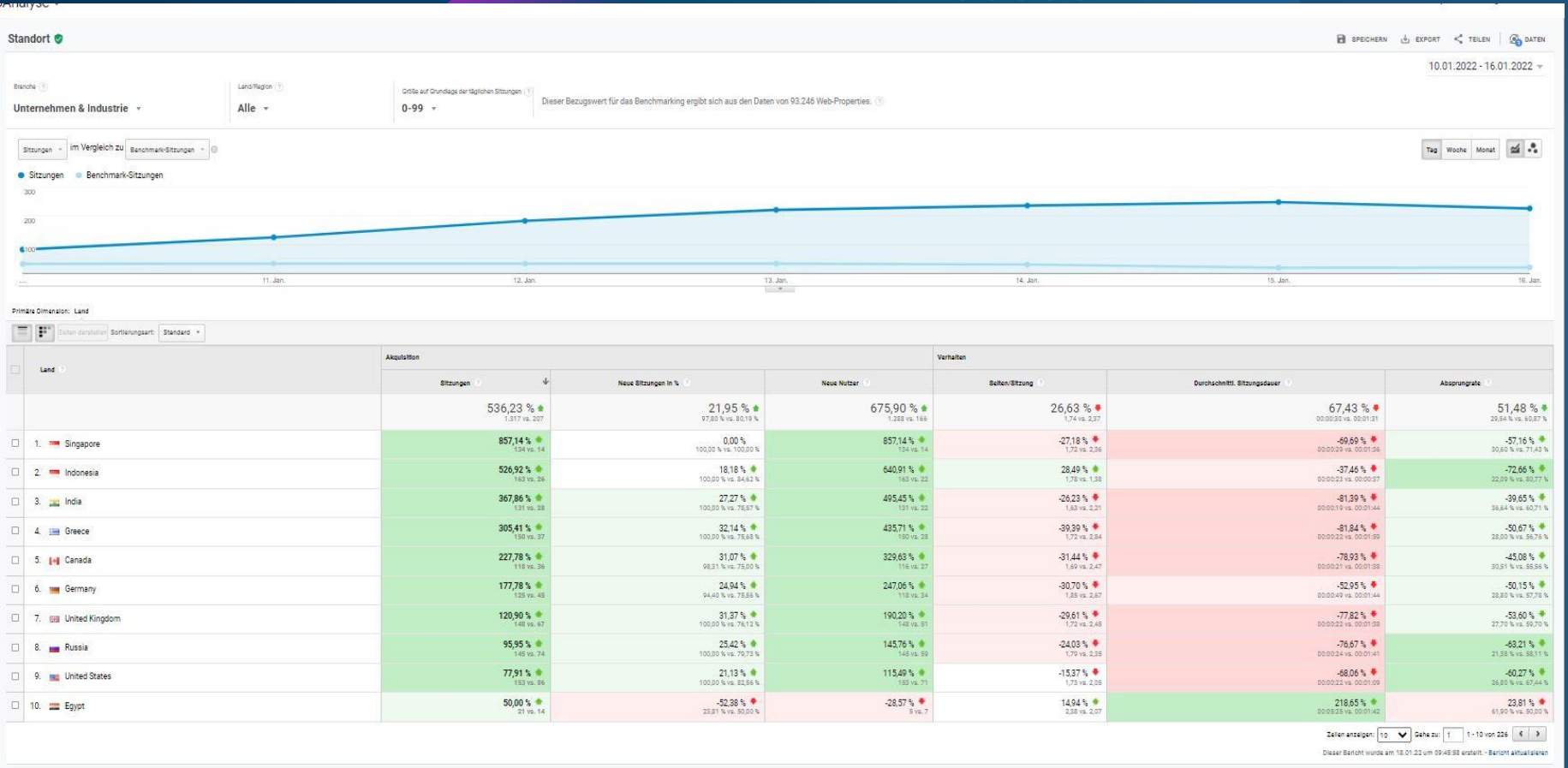
Seiten mit größter Aktivität:

Aktive Seite	Aktive Nutzer
1. /	36 100,00%

Häufigste Standorte:

- Attribution ^{beta}
- Entdecken
- Verwaltung

Analytics Standort



Analytics Geräte

Geräte 👍

📄 SPEICHERN 📄 EXPORT ⏪ TEILEN 📄 DATEN

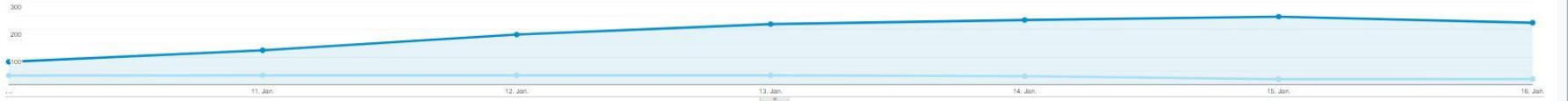
10.01.2022 - 16.01.2022 ⌵

Branche 👇 Unternehmen & Industrie ⌵ Land/Region 👇 Alle ⌵ Größe auf Grundlage der täglichen Sitzungen 👇 0-99 ⌵ Dieser Bezugswert für das Benchmarking ergibt sich aus den Daten von 93.246 Web-Properties. 👇

Sitzungen ⌵ im Vergleich zu 👇 Benchmark-Sitzungen ⌵

Tag Woche Monat 📄 📄 📄

Sitzungen Benchmark-Sitzungen



Primäre Dimension: Gerätekategorie

Zeilen darstellen | Sortierungsart: Standard ⌵

Gerätekategorie 👇	Aktivitäten			Verhalten		
	Sitzungen 👇 ⌵	Neue Sitzungen in % 👇	Neue Nutzer 👇	Selten/Sitzung 👇	Durchschn. Sitzungsdauer 👇	Abbruchrate 👇
	536,23 % 👍 <small>1.317 vs. 207</small>	21,95 % 👍 <small>97,80 % vs. 80,19 %</small>	675,90 % 👍 <small>1.288 vs. 166</small>	26,63 % 👎 <small>1,74 vs. 2,07</small>	67,43 % 👎 <small>00:00:30 vs. 00:01:01</small>	51,48 % 👍 <small>29,64 % vs. 60,87 %</small>
<input type="checkbox"/> 1. desktop	54,20 % 👍 <small>389 vs. 138</small>	24,47 % 👍 <small>97,41 % vs. 73,26 %</small>	701,85 % 👍 <small>366 vs. 108</small>	-29,61 % 👎 <small>1,76 vs. 2,51</small>	-56,90 % 👎 <small>00:00:34 vs. 00:01:43</small>	-51,71 % 👍 <small>28,38 % vs. 88,70 %</small>
<input type="checkbox"/> 2. mobile	379,31 % 👍 <small>417 vs. 87</small>	19,09 % 👍 <small>98,86 % vs. 82,76 %</small>	470,83 % 👍 <small>411 vs. 72</small>	-19,07 % 👎 <small>1,69 vs. 2,09</small>	-59,56 % 👎 <small>00:00:21 vs. 00:01:09</small>	-49,93 % 👍 <small>31,68 % vs. 83,22 %</small>
<input type="checkbox"/> 3. tablet	-21,43 % 👎 <small>11 vs. 14</small>	0,00 % 👎 <small>100,00 % vs. 100,00 %</small>	-21,43 % 👎 <small>11 vs. 14</small>	-41,52 % 👎 <small>1,55 vs. 2,64</small>	-84,52 % 👎 <small>00:00:16 vs. 00:01:48</small>	-20,45 % 👍 <small>48,48 % vs. 87,14 %</small>

Zeilen anzeigen: 10 ⌵ Seite zu: 1-3 von 3 ⌵ ⏪ ⏩
Dieser Bericht wurde am 18.01.22 um 09:46:27 erstellt. - Bericht aktualisieren

Analytics Zugangswege

Channels 👍

📄 SPEICHERN 📄 EXPORT 🗑️ TEILEN 📊 DATEN

10.01.2022 - 16.01.2022 ▾

Branche 👇 Unternehmen & Industrie Land/Region 👇 Alle 👇 Größe auf Grundlage der täglichen Sitzungen 👇 0-99 👇 Dieser Bezugswert für das Benchmarking ergibt sich aus den Daten von 93.246 Web-Properties. 👇

Sitzungen 👇 im Vergleich zu 👇 Benchmark-Sitzungen 👇

Tag 👇 Woche 👇 Monat 👇 📊 📱

● Sitzungen ● Benchmark-Sitzungen



Primäre Dimension: Standard-Channelgruppierung

📊 Zellen darstellen | Sortiermodus: Standard

Standard-Channelgruppierung	Akquisition			Verhalten			
	Sitzungen	Neue Sitzungen in %	Neue Nutzer	Befeh/Sitzung	Durchschnittl. Sitzungsdauer	Abbrungrate	
	536,23 % 👆 <small>1.517 vs. 207</small>	21,95 % 👆 <small>97,80 % vs. 80,19 %</small>	675,90 👆 <small>1.288 vs. 166</small>	26,63 % 👇 <small>1,74 vs. 2,57</small>	67,43 % 👇 <small>0,00030 vs. 0,00131</small>	51,48 % 👆 <small>29,84 % vs. 60,87 %</small>	
1. Direct	1.508,75 % 👆 <small>1.287 vs. 80</small>	16,64 % 👆 <small>99,15 % vs. 88,00 %</small>	1.776,47 % 👆 <small>1,276 vs. 68</small>	-15,93 % 👇 <small>1,72 vs. 2,08</small>	-63,52 % 👇 <small>0,00025 vs. 0,00108</small>	-58,93 % 👇 <small>29,78 % vs. 70,00 %</small>	
2. Referral	-60,00 % 👇 <small>12 vs. 30</small>	-25,00 % 👇 <small>80,00 % vs. 68,87 %</small>	-70,00 % 👇 <small>6 vs. 20</small>	-15,66 % 👇 <small>2,33 vs. 2,77</small>	106,05 % 👆 <small>0,00441 vs. 0,00217</small>	42,86 % 👆 <small>66,67 % vs. 49,87 %</small>	
3. Social	-78,57 % 👇 <small>6 vs. 28</small>	-11,11 % 👇 <small>86,67 % vs. 79,00 %</small>	-80,95 % 👇 <small>4 vs. 21</small>	-26,32 % 👇 <small>1,50 vs. 2,04</small>	-67,10 % 👇 <small>0,00024 vs. 0,00114</small>	37,25 % 👆 <small>83,33 % vs. 80,71 %</small>	
4. Organic Search	-89,19 % 👇 <small>12 vs. 111</small>	-78,24 % 👇 <small>16,67 % vs. 76,88 %</small>	-97,65 % 👇 <small>2 vs. 85</small>	18,42 % 👆 <small>3,08 vs. 2,60</small>	176,19 % 👆 <small>0,00800 vs. 0,00148</small>	-7,50 % 👆 <small>50,00 % vs. 84,08 %</small>	
5. (Other)	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 49</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 78,91 %</small>	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 57</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 vs. 2,02</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00000 vs. 0,00111</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 81,22 %</small>	
6. Display	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 108</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 79,63 %</small>	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 88</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 vs. 1,44</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00000 vs. 0,00027</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 77,78 %</small>	
7. Email	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 49</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 63,27 %</small>	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 31</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 vs. 2,31</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00000 vs. 0,00181</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 91,82 %</small>	
8. Other Advertising	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 33</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 69,76 %</small>	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 23</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 vs. 1,88</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00000 vs. 0,00054</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 84,88 %</small>	
9. Paid Search	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 127</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 80,31 %</small>	-100,00 % 👇 <small>0 vs. 102</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 vs. 2,16</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00000 vs. 0,00104</small>	-100,00 % 👇 <small>0,00 % vs. 99,06 %</small>	

Zellen anzeigen: 10 | Zeile zu: 1 | 1-9 von 9

Situationsanalyse

Analyse & Audit des Istzustandes:

1. Kunden
2. Wettbewerber
3. Markt & Branche
4. Digitale Trends
5. Aktuelle Position
6. Bislang verwendete Instrumente

Ziele definieren

Online-Marketing-Ziele und KPI entlang der Customer Journey festlegen

1. Bekanntheit
2. Engagement
3. Abwägung
4. Kauf
5. Bindung

Auswahl der Instrumente

Festlegung der benötigten Online-Marketing-Instrumente, z.B.

1. Content Marketing
2. Social-Media-Marketing
3. SEO & SEA
4. Weiterentwicklung der Website
5. Email-Marketing

Ressourcen planen

Planung von Verantwortlichkeiten, Knowhow-Beschaffung, Zeitdauer, Budget etc.

Implementierung

Vorbereitung der Kanäle und Inhalte mit Redaktions- und Mediaplänen sowie Installation des Reporting Systems

Messen & Optimieren

Performance- und Erfolgstracking der Online-Marketing-Instrumente

1. SEO
2. Social Media
3. Website
4. Email
5. ROI

