



---

## THOMAS DEYEN LEISTUNGS-ÜBERSICHT 2019

Ein erster Überblick, was ich im Online-Marketing tun kann. Gedacht in 4 Schritten, die auch meine Arbeitsweise verständlich machen. Welche Marketing-Kanäle aus Schritt 3 sinnvoll sein können, klären wir schnell im ersten Gespräch.

---

### ★ SCHRITT 1: VORDENKEN

Die Grundlage schaffen, um gemeinsam in die richtige Richtung zu gehen. Hier geht es um das Unternehmen und das Geschäftsmodell. Wenn diese Punkte vor dem Start geklärt sind, vermeidet man Missverständnisse.:

- ★ (Unternehmens-) Ziel verstehen
- ★ Strategie ableiten (Kampagnen-Ziel SMART)
- ★ Nutzen herausarbeiten (Produkt/Leistung/emotional)
- ★ Zielgruppe isolieren (Persona)
- ★ Wettbewerb entlarven (Lücke finden)
- ★ Kundenwert bestimmen (Was darf ein neuer Kunde kosten?)
- ★ Budgetierung planen (Start, Test-Zeitraum, Skalierung)
- ★ Erfolgs-Messung (KPIs, Bericht-Erstattung)



---

## ★ SCHRITT 2: VORBEREITEN

Alles vorbereiten, um danach den Traffic zielgerichtet lenken zu können. Ob gekaufter Traffic profitabel ist, hängt entscheidend von der Ausarbeitung dieser Punkte ab:

- ★ Zugänge einrichten
- ★ Sales-Funnel bauen/prüfen/optimieren
- ★ Landingpage bauen/prüfen/optimieren
- ★ Schnittstellen bauen/prüfen
- ★ Customer Journey checken
- ★ Abstimmung der Inhalte mit den Werbemitteln (CI, Design und Text)

---

## ★ SCHRITT 3: ANPACKEN

Die Voraussetzungen stimmen (siehe "Vordenken" und "Vorbereiten") und der Traffic kann kommen. Welche Kanäle zum Start sinnvoll sind, werden wir vor dem Start besprechen. Auf den nächsten Seiten findest Du einige Marketing-Kanäle und wie dabei vorgehe.

Der Kanal "SEO" ist eine Ausnahme, weil man hier im besten Fall ohne Werbe-Budget Traffic bekommen kann (z.B. Nischen-Business). Bei allen anderen Kanälen empfehle ich ganz klar eine Strategie, die ein Werbe-Budget enthält. Die Zeiten sind einfach vorbei, um mit romantischem Marketing Geld verdienen zu können. Mit dem nötigen Know-How und starker Vorbereitung kann man aber zuverlässig profitabel und nachhaltig arbeiten. Ohne Geld zu verbrennen.



## ★ SCHRITT 3: ANPACKEN

### SEO (Suchmaschinen-Optimierung Google)

(Erfahrungs-Level: 9 Jahre, diverse Marken und Branchen)

Ob Du mit Deinem Business etwas über SEO erreichen kannst, prüfe ich vorher. Das Ziel sollte mindestens Seite 1 bei Deinen Suchbegriffen sein. Wenn das realistisch ist, machen wir das hier:

- ★ Strategie/Ziel der Aktionen
- ★ Keyword-Recherche
- ★ Einrichtung Google Search Console
- ★ Registrierungen (u.a. Google Maps, Kataloge, etc.)
- ★ (Onpage) SEO-Optimierung Texte, Bilder, Dateien
- ★ (Offpage) Pagespeed, Nutzerfreundlichkeit optimieren
- ★ Backlink-Strategie
- ★ Dokumentation
- ★ Content kann ich liefern. Oder ich überarbeite Vorhandenes.

SEO verstehen:

<https://www.pareto-marketing.de/pareto-marketing/seo-pareto-marketing//>



---

## ★ SCHRITT 3: ANPACKEN

### Newsletter

(Erfahrungs-Level: Komplexe Strecken mit Klicktipp, Inxmail, Sitecore, Mailchimp)

Mit wöchentlichem oder mindestens 14-tägigem Versand sind Newsletter ein starker Kanal. Werbebudget sollte vorhanden sein, wenn man noch keine Empfänger hat.

- ★ Wenn nicht vorhanden, richte ich das E-Mail-System ein
- ★ Konzeption Newsletter-Strecke (anhand Customer Journey)
- ★ Content-Erstellung (Text, Grafik), Lead-Magneten finden
- ★ Umsetzung, Analyse, Optimierung
- ★ Lead-Generierung (z.B. mit Facebook-Ads, Instagram, E-Mailings)
- ★ Empfehlung: Werbe-Budget min. 500 Euro monatlich für Lead-Generierung

Newsletter verstehen:

<https://www.pareto-marketing.de/pareto-marketing/newsletter-pareto-marketing/>

---

## ★ SCHRITT 3: ANPACKEN

### E-Mailing

(Erfahrungs-Level: Kampagnen im 6-stelligen Bereich)

Für schnelle Ergebnisse: Versand an fremde, gemietete Adressen. Sinnvolle Tests beginnen bei 1.000 Euro. Damit habe ich überwiegend sehr gute Erfahrungen gemacht.

E-Mailing verstehen:

<https://www.pareto-marketing.de/pareto-marketing/e-mail-marketing-pareto-marketing/>

---



## ★ SCHRITT 3: ANPACKEN

### Facebook / Instagram

(Erfahrungs-Level: hohe 5-stellige Monats-Budget, diverse Content-Redaktionspläne.)

Im Grunde sind die beiden Kanäle Facebook und Instagram technisch ähnlich aufgebaut und der Aufwand ähnlich hoch. Daher fasse ich das hier zusammen. Eine Strategie sollte unbedingt ein Werbe-Budget beinhalten - ohne dem wird das Wachstum und das Ergebnis enttäuschend lange auf sich warten lassen.

- ★ Strategie (Abgleich mit Unternehmens-Strategie)
- ★ Präsenz-Profil erstellen (Daten, Text, Grafik)
- ★ Optimierung des Profils auf Keywords
- ★ Zielgruppen-Recherche innerhalb des Kanals
- ★ Redaktions-Plan (12 bis 28 Beiträge monatlich)
- ★ Content-Management (Veröffentlichung, Feedback)
- ★ Werbe-Anzeigen Konzeption (Text, Grafik, Video)
- ★ Zielgruppen-Targeting und Customer Audiences einrichten (Pixel)
- ★ A/B-Testing und tägliche Optimierung
- ★ Empfehlung: Werbe-Budget min. 500 Euro monatlich
- ★ Reporting (wöchentlich/monatlich)

Facebook-Anzeigen verstehen:

<https://www.pareto-marketing.de/pareto-marketing/facebook-ads-pareto-marketing/>



## ★ SCHRITT 3: ANPACKEN

### XING und/oder LinkedIn

(Erfahrungs-Level: 4-stellige Monats-Budgets. Content-Strategie)

B2B macht Laune mit diesen beiden Netzwerken. Hier kann man viel machen - mit Budget noch viel mehr. Der Aufbau ist ähnlich wie oben, allerdings ein wenig umfangreicher. Dafür gibt es aber auch kostenlosen, hochwertigen SEO-Traffic.

- ★ Strategie (Abgleich mit Unternehmens-Strategie)
- ★ Präsenz-Profil erstellen (Daten, Text, Grafik)
- ★ Optimierung des Profils auf Keywords
- ★ Zielgruppen-Recherche innerhalb des Kanals
- ★ Redaktions-Plan (nach Absprache)
- ★ Content-Management (Veröffentlichung, Feedback)
- ★ Foren- und Gruppen-Aktivitäten
- ★ Werbe-Anzeigen Konzeption (Text, Grafik, Video)
- ★ Zielgruppen-Targeting einrichten (Pixel)
- ★ A/B-Testing und tägliche Optimierung
- ★ Empfehlung: Werbe-Budget min. 1.000 Euro monatlich
- ★ Reporting (wöchentlich/monatlich)

XING verstehen:

<https://www.pareto-marketing.de/pareto-marketing/xing-pareto-marketing/>

LinkedIn verstehen:

<https://www.pareto-marketing.de/pareto-marketing/linkedin-pareto-marketing/>



## ★ SCHRITT 3: ANPACKEN

### Google Adwords

(Erfahrungs-Level: 5-stellige Monats-Budgets)

Ein herausragender Kanal, um ziemlich schnell ziemlich viel Geld zu verbrennen. Zumindest wenn man blauäugig startet. Damit das nicht passiert, sollte man einiges beachten - dann läuft es aber nachhaltig und zuverlässig. Viel Arbeit, die sich aber mit so ziemlich jedem Business lohnen wird.

- ★ Strategie/Ziel der Kampagne
- ★ Keyword-Recherche und Interpretation
- ★ Starker Fokus auf negative Keywords (Kosten-Fallen vermeiden)
- ★ Anzeigen-Fokus auf Nutzen (Sales-Funnel: Interesse > Info > Vergleich > Kauf)
- ★ Konsequenter Fokus auf Qualitäts-Faktor
- ★ Individuelle Gebots-Strategie pro einzelnes Keyword
- ★ Umfangreiche Erweiterungen einrichten
- ★ Automatisierte Skripte nutzen (Gebots-Anpassung)
- ★ Umfangreiche Tests auf emotionaler Ebene bei Anzeigen
- ★ Auswertung nach Test-Phase auf Skalierungs-Potential
- ★ Wöchentliches Optimieren auf (erfolgreiche) Suchphrasen

Google Adwords verstehen:

<https://www.pareto-marketing.de/pareto-marketing/google-ads-pareto-marketing/>



---

## ★ SCHRITT 4: ETABLIEREN

Der letzte Schritt ist angenehm, weil wir jetzt wissen, was funktioniert. Die Tests sind profitabel gelaufen und jetzt schauen wir, dass wir das ganze Set-up für die Zukunft möglichst wartungsarm laufen lassen. Diese Punkte stehen dabei auf dem Plan:

- ★ Werbe-Budget in angenehme Höhe skalieren
- ★ A/B-Testing im gesamten Funnel, um die Konversions-Rate zu erhöhen.
- ★ Workflows verschlanken
- ★ Automatisierung nutzen
- ★ Reportings mit cleveren KPIs
- ★ Weiter nach Potentialen schauen

---

## ALSO DANN, AUF GEHTS:



Mobil: 0157 3751 2127

[thomas@pareto-marketing.de](mailto:thomas@pareto-marketing.de)





## PREIS-MODELL

- ★ Die Preise sind für einen Zeitraum von fairen drei Monate kalkuliert. So viel Zeit sollte man jedem Marketing-Kanal einräumen, um sich profitabel zu entwickeln.
- ★ Wenn mehrere Kanäle in Frage kommen, sind die Werbemittel ähnlich. Daher können wir auch ganz entspannt über ein Rabatt-Paket sprechen.
- ★ Regulärer Stundensatz beginnt bei 80,-€ (Abhängig vom Wert, den ich schaffe.)

MARKETING-KANAL (3 MONATE LAUFZEIT)	PREIS (MONATLICH)
Vordenken (Schritt 1)	Inklusive
Vorbereiten (Schritt 2)	Inklusive
Etablieren (Schritt 4)	Inklusive
SEO (Suchmaschinen-Optimierung Google)	ab 800,- €
Newsletter	ab 800,- €
E-Mailing	ab 600,- €
Facebook	ab 800,- €
Instagram	ab 800,- €
XING	ab 1.000,- €
LinkedIn	ab 1.000,- €
Google Adwords	ab 700,- €
Youtube, Pinterest, und weiteres auf Anfrage	auf Anfrage

| Preise zzgl. MwSt. | Min. Laufzeit drei Monate | zzgl. Werbe-Budget |