

# Phasen des Marketings

von Steven Ruesch

Phase	1. Entdeckungsphase	2. Optimierungsphase	3. Multiplikationsphase	4. Stabilisierungsphase
Zustand	Werbung ist nicht etabliert. Kommunikation zwischen Zielgruppe und Unternehmen noch nicht vorhanden.	Ergebnisse werden erreicht. Werbung läuft einigermaßen aber nicht auf dem erwarteten Niveau bzw. etwas unterdurchschnittlich.	Werbung läuft auf einem Medium gut. Das Ganze soll auf andere Medien erweitert werden.	Nachdem die Werbung auf mehreren Medien gut läuft muss sie so verwaltet werden, dass langfristig die Status quo erhalten werden kann.
Vorgehensweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Zielgruppe definieren und lokalisieren</li> <li>B. Kommunikation zur Zielgruppe aufbauen</li> <li>C. Finde heraus was gewünscht und gebraucht ist</li> <li>D. Mit Werbung präsentiere was gewünscht und gebraucht ist—Strategie definieren.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Controlling einführen</li> <li>B. Hindernisse identifizieren</li> <li>C. Hindernisse umgehen bzw. beseitigen. Dazu gehört auch Zielgruppenansprache mittels Umfrage verbessern.</li> <li>D. Ggf. Aktivitäten im Akquisitionsprozess anpassen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Werben, werben und werben auf mehreren Kanälen.</li> <li>B. Branding: Marke bei zukünftigen Potenzial-Interessenten bekannt machen</li> <li>C. Budget sinnvoll aufteilen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Nichts ändern</li> <li>B. Ausführliche Überwachung einführen</li> <li>C. Jegliche Verbesserung od. Verschlechterung analysieren und verstärken bzw. in Ordnung bringen.</li> <li>D. Tests, Finetuning durchführen</li> </ul>
Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Kommunikationswege zur Zielgruppe</li> <li>B. Erste Interessenten bzw. Neu-Kunden</li> <li>C. Funktionierende Werbung (wiederholbar)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Key Performance Indikatoren definiert</li> <li>B. Niedrigere Kosten für gleiches Ergebnis</li> <li>C. Verbesserte Ergebnisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. Funktionierende Werbung auf mehreren Kanälen (wiederholbar)</li> <li>B. Erhöhte Reichweite</li> <li>C. Bewusstes Branding</li> <li>D. Ergebnisse weiter gesteigert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Status quo erhalten</li> <li>2. Vorbereitung für zukünftige Marktänderungen</li> </ul>
Werkzeug	Google-AdWords, Facebook, Umfragen, Webseiten, Test-Kampagnen, Conversion-Tracking	Umfragen, Webseiten Split-Tests, erweitertes Conversion-Tracking	Umfragen, SEO, Bing, Display Advertising, Multi-Channel Werbung und Tracking mit Attributionsmodellen	Umfragen, Finetuning-Tests, Überwachungstools, Berichte.