



Social Media/Online Marketing

Geotracking und Retargeting

Markus Föhn

<https://youtu.be/SkGaFRwls7c>

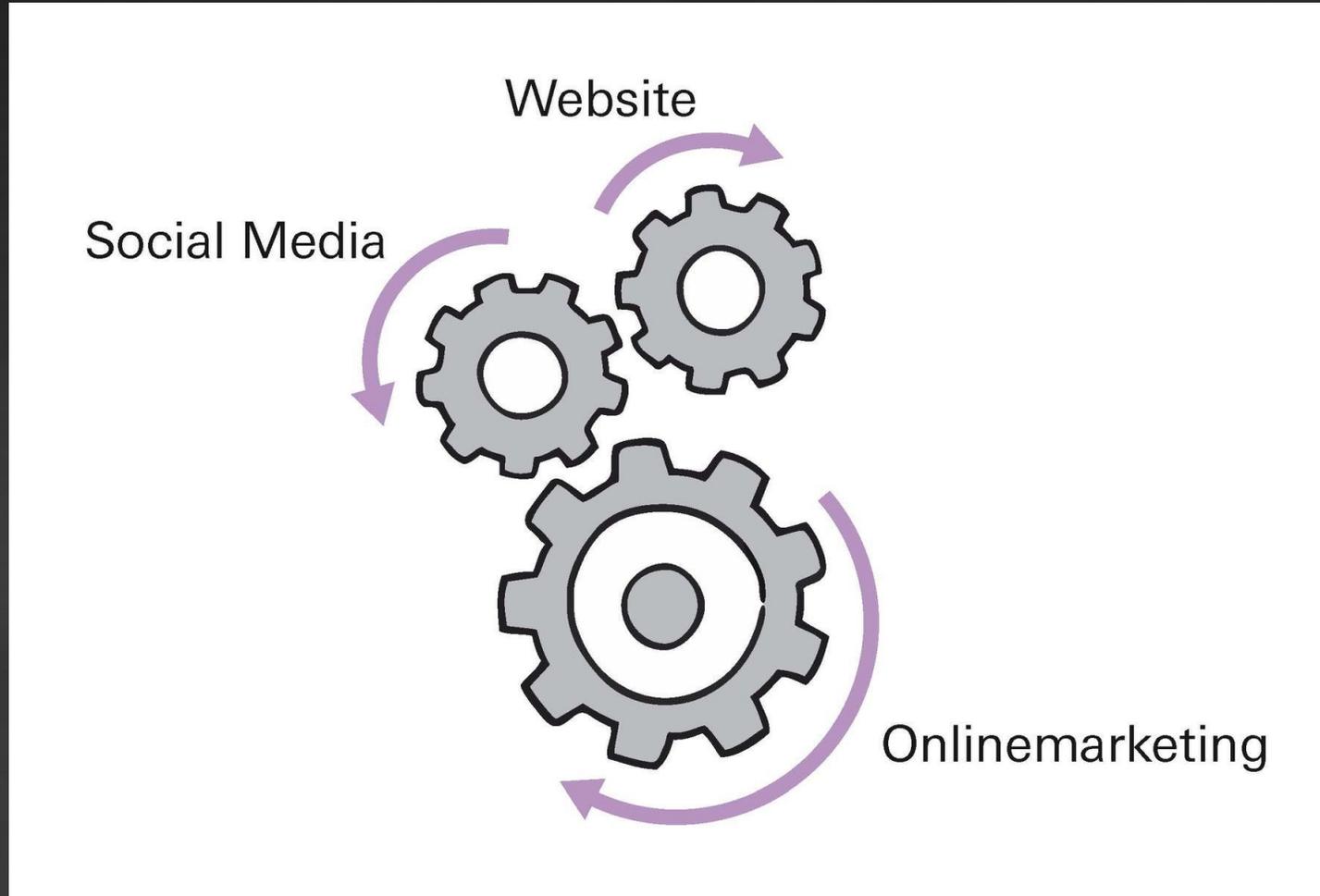
Unser Fahrplan

In dieser Lektion
lernt ihr...

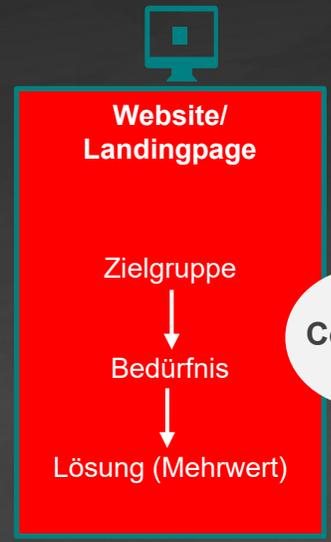


- Übersicht digitales Marketing
- Geotargeting / Geofencing
- Was man wo messen kann
- Google Analytics
- Facebook Pixel
- Wie Retargeting funktioniert
- Slot um offene Fragen zu klären

So – we have a website. Und jetzt?

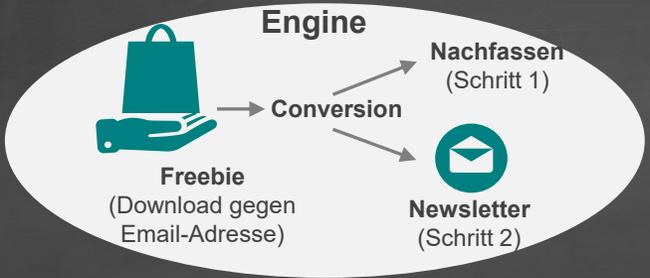
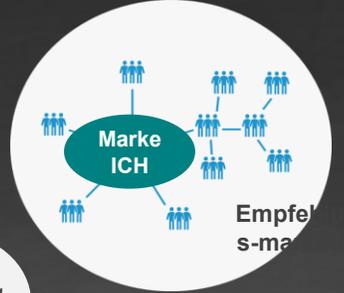


Digitales Marketing
Die Welt...



Content

Employer/Personal Branding
Social Selling



Digitales Marketing
...und was ist das überhaupt?

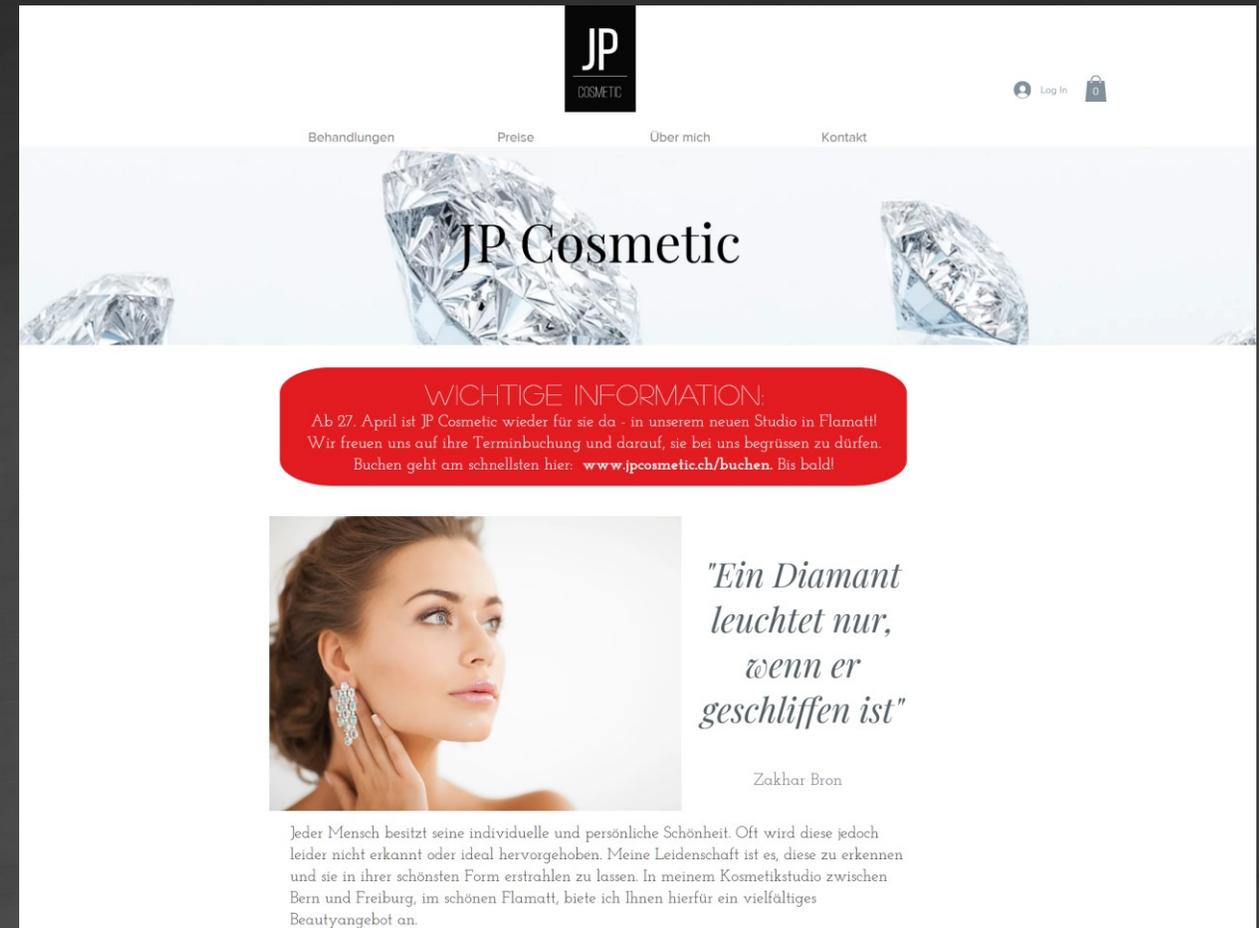
2018 This Is What Happens In An Internet Minute



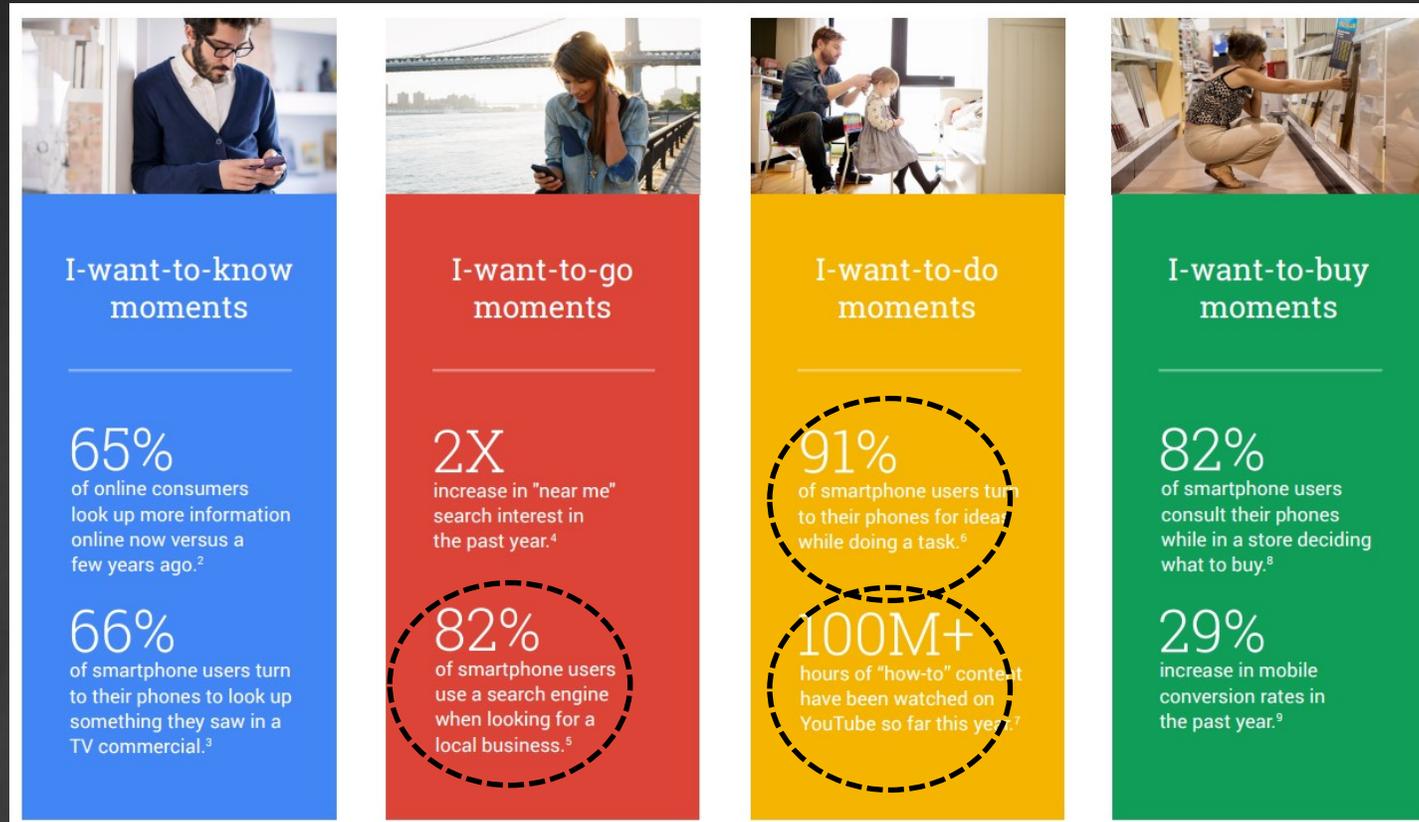
Es gibt Millionen von Websites

Möglicher Zweck einer Website

- Me-Seite (ich schreibe über mich, als Hobby oder als digitale Visitenkarte)
- Blog (Ich schreibe über ein bestimmtes Thema)
- Firma (Gärtnerei Blüemli), als digitale Visitenkarte
- Firma, als Verkaufsinstrument (Swisscom)
- Webshop (Zalando)



Digitales Marketing Micro Moments: «Warte, ich google mal schnell...»



<http://www.ux-republic.com/storytelling-service-de-lux/google-micro-moments/>

Digitales Marketing

Micro Moments: «I want to know»



- Situation, in der wir mehr, bessere, **detaillierte Informationen** zu einem Thema benötigen
- Wichtig: Richtige Infos in richtiger Form verfügbar machen

Digitales Marketing

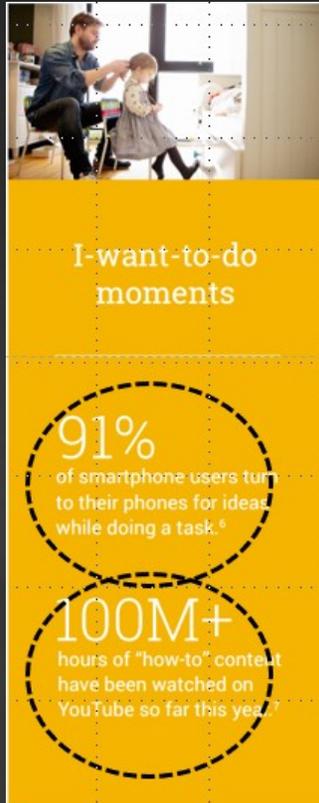
Micro Moments: «I want to go»



- Vor allem für **lokale Unternehmen** interessant. Mit ihren Smartphones suchen potenzielle Kunden oft nach nahegelegenen Orten, die sie unmittelbar besuchen und so ihr Bedürfnis befriedigen können
- Nutzer wissen bereits sehr genau, wonach sie suchen und schon **während der Suche fällt die Entscheidung**, wohin sie letzten Endes gehen werden

Digitales Marketing

Micro Moments: «I want to do»



- Nutzer möchten ein **konkretes Problem** mithilfe von Informationen aus dem Netz **lösen** – ganz nach dem Motto: „Hilf mir, es selbst zu tun“
- Bsp. Zusammenbauen eines IKEA-Regals oder eine Anleitung für luftig leckeren Blätterteig
- Wichtig: **Kurze, einfache, plakative Lösungen** – als Anleitungen, Checklisten oder kurze Video-Tutorials → **funktionaler Content mit langer Lebensdauer**

Digitales Marketing

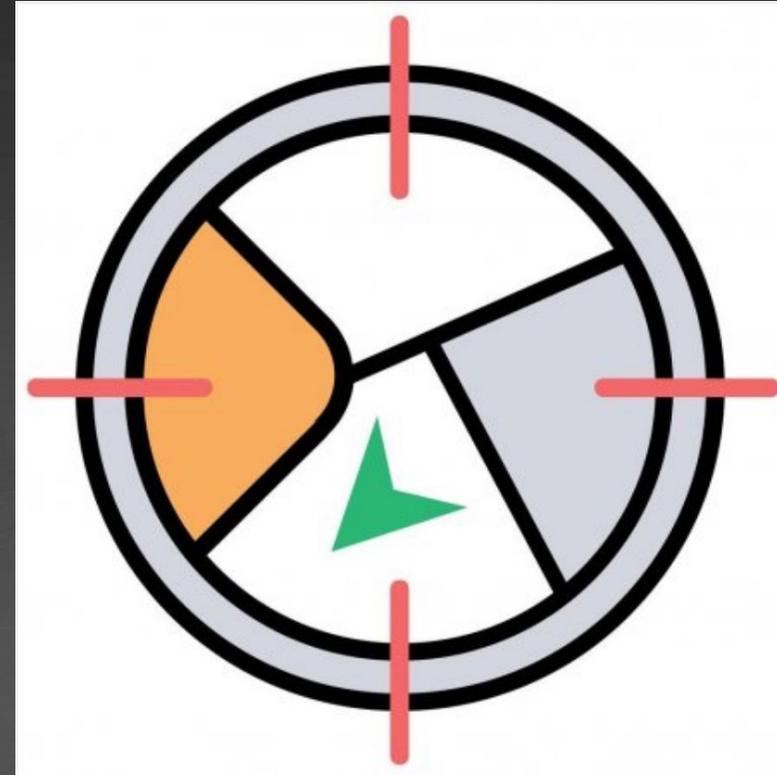
Micro Moments: «I want to buy»



- Nutzer **entscheiden** sich auf Basis der ihnen (online) zur Verfügung stehenden Informationen zum Kauf
- Bsp. **Preisvergleich** in lokalen Geschäften mit Online-Anbietern
- Solche Momente finden im Laufe eines Tages unzählige Male statt – und es werden künftig immer mehr

Was ist Geotargeting?

- Ich «ziele» auf einen Ort
 - Anhand IP-Adresse
 - Anhand Google-Standortdaten
 - Etc.
- Anwendungen, die du kennst
 - Anzeigen mit deinem Standort drin
 - Geoblocking auf YouTube
 - Automatische Spracherkennung
 - PayPal Ländererkennung



Wo und warum wird Geotargeting eingesetzt?

- Wenn mein Angebot nur lokal interessiert (Coiffeuse)
- Wenn ich Filialen habe (Versicherung)
- Wenn ich ortsbasierte Kampagnen mache
- Um das Nutzererlebnis besser zu machen (Sprache, Filialen etc.)

Der mobile Bruder: Geofencing

- Lokal definiertes Gebiet
- Standortdaten oder IMEI von Mobilgeräten
- GPS, RFID-Systeme oder Mobilfunk- und WLAN-Netze
- Sofort oder später nutzbar

- <https://youtu.be/hiRQWhbw27k>
- <https://youtu.be/SkGaFRwls7c>



Re-Targeting

«wieder als Ziel erfassen»



Wissen ist Macht

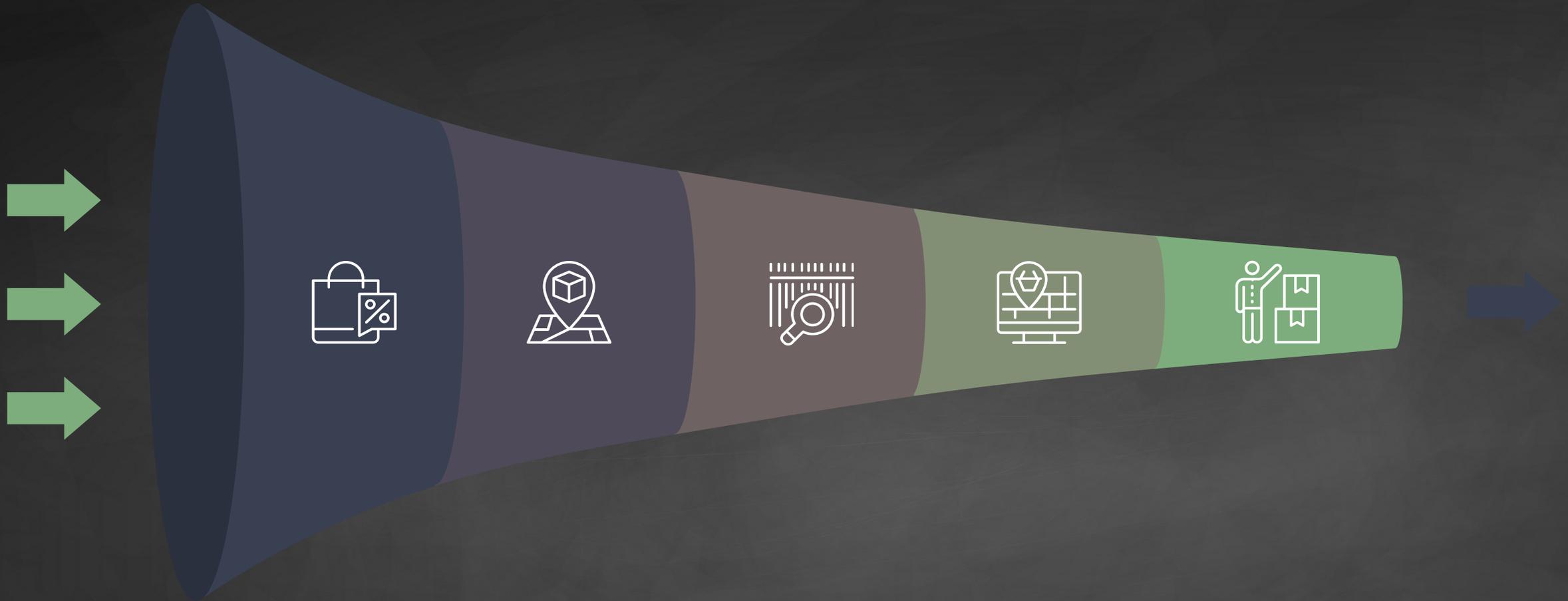
-> Wissen, wer wann wo was macht



Come to the dark side!
We have cookies!

Warum das alles?

Sales Funnel

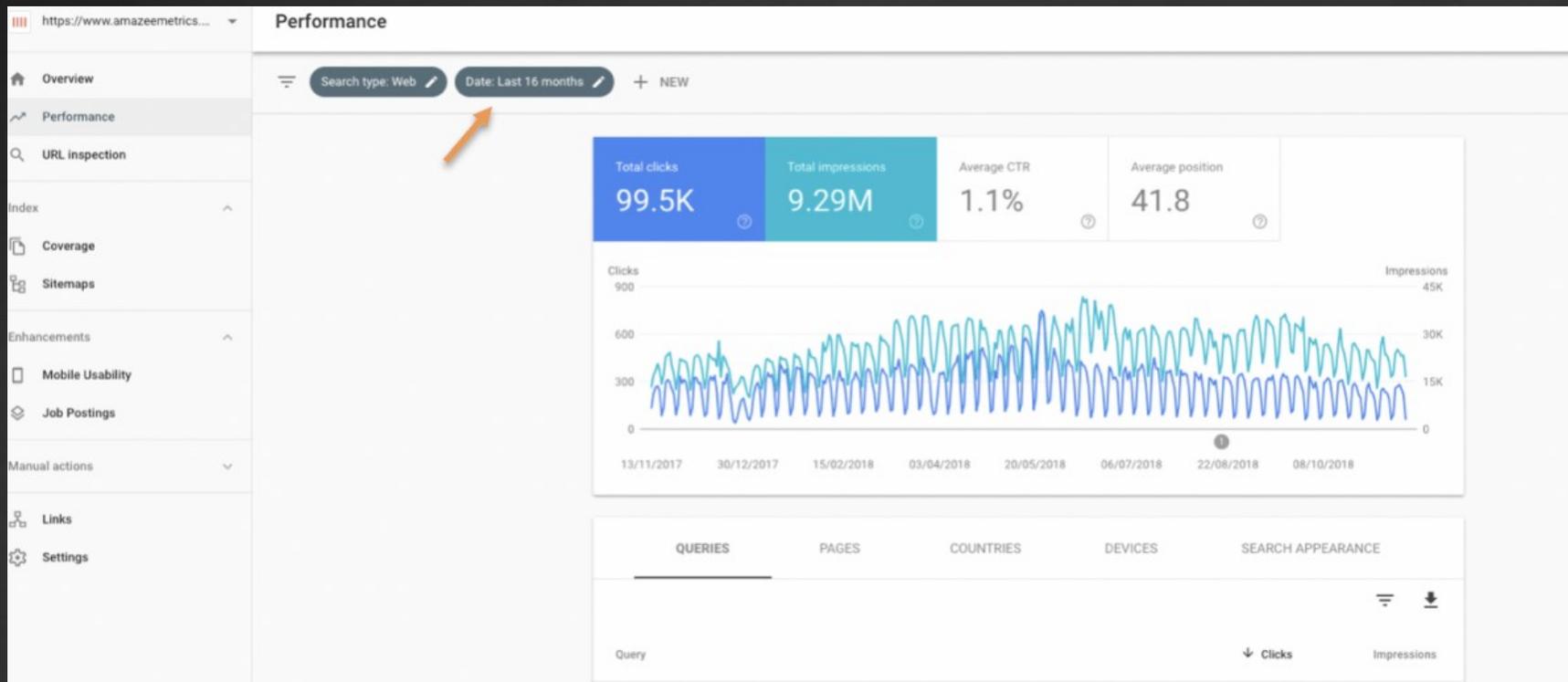


Warum das alles?



Wer verkaufen will, muss kontrollieren

- Es gibt x Controllinginstrumente im Onlinemarketing
 - Google Search Console



An alle Freunde von Selbständigen und Inhabern kleiner Geschäfte

Wenn Rihanna einen Lippenstift auf den Markt bringt, kaufen ihn die Leute. Wenn Michael Jordan ein neues Paar Sportschuhe herausbringt, werden sie gekauft. Von Dr. Dre gibt es neue Kopfhörer? Die Leute kaufen sie. Oprah Winfrey bewirbt ein Diätprogramm? Alle springen auf (wenn sie können). Beyoncé gibt ein Konzert? Die Zuschauer bezahlen bereitwillig 250 EUR für die Karten.

Ein Freund oder Familienmitglied macht sich selbständig: Alle sind erst mal misstrauisch: "Na, ob DAS funktioniert. Ich gebe ihm 6 Monate. Das ist aber ein bisschen teuer, oder?". Warum sind wir so schnell dabei, jemanden zu unterstützen, den wir nicht einmal kennen, und der schon jede Menge Geld hat, aber wir finden eine Million Gründe, jemandem, den wir kennen, unsere Unterstützung zu verweigern? Denke daran: Wenn Du ein Kleinunternehmen unterstützt, hilfst Du Familien, ihre Kinder zu ernähren und ihre Raten für das Haus abzuzahlen, nicht irgendeinem Promi noch ein paar Nullen mehr hinter den Kontostand zu addieren.

Wenn also das nächste Mal ein Freund etwas von seinem kleinen Geschäft postet, gib ihm wenigstens ein "Gefällt mir" teile oder kommentiere es. Du musst ja nicht einmal das Produkt oder die Dienstleistung kaufen. Aber das hilft ihm schon, mehr Bekanntheit zu erlangen, was seinem kleinen Unternehmen viel nützen kann.

Danke

Markus Föhn
5. November 2019 · 🌐

Hier macht Teilen wirklich mal Sinn. Machst Du mit?

Foto markie... Ort hinzufüg... Bearbeit...

2.437 15 Kommentare
76.921 Mal geteilt

Gefällt mir Kommentieren Teilen

6 weitere

2.437 15 Kommentare
76.921 Mal geteilt

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Ziel 50'000 - schaffen wir das?
Gefällt mir · Antworten · 14 W

Patrick Miranda Sehr schade ist das alles kaputt ist die eine oder andere branche weniger Der Kunde hat sich auch geändert leider er will nicht mehr das 5erli und weggli nein er will den tee den dessert nicht zu vergessen den grappa und das alles für 1.- dazu kommt noch das dessert sah nicht so toll aus also bezahlt der den 1.- nicht... traurig aber wahr...
Gefällt mir · Antworten · 7 W

Komentieren ...



Facebook Pixel

<https://youtu.be/QEYD13ymfLM>

Pixel installieren
Installiere das Pixel in den Code deiner Website.

Insights erhalten
Erhalte nützliche Einblicke zu den Besuchern deiner Website, z. B. woher sie kommen, welche Geräte sie nutzen und andere demografische Informationen.

Verhalten analysieren
Untersuche die Handlungen, die Besucher auf deiner Website vornehmen, wie Käufe, Seitenaufrufe und mehr.

So funktioniert es:

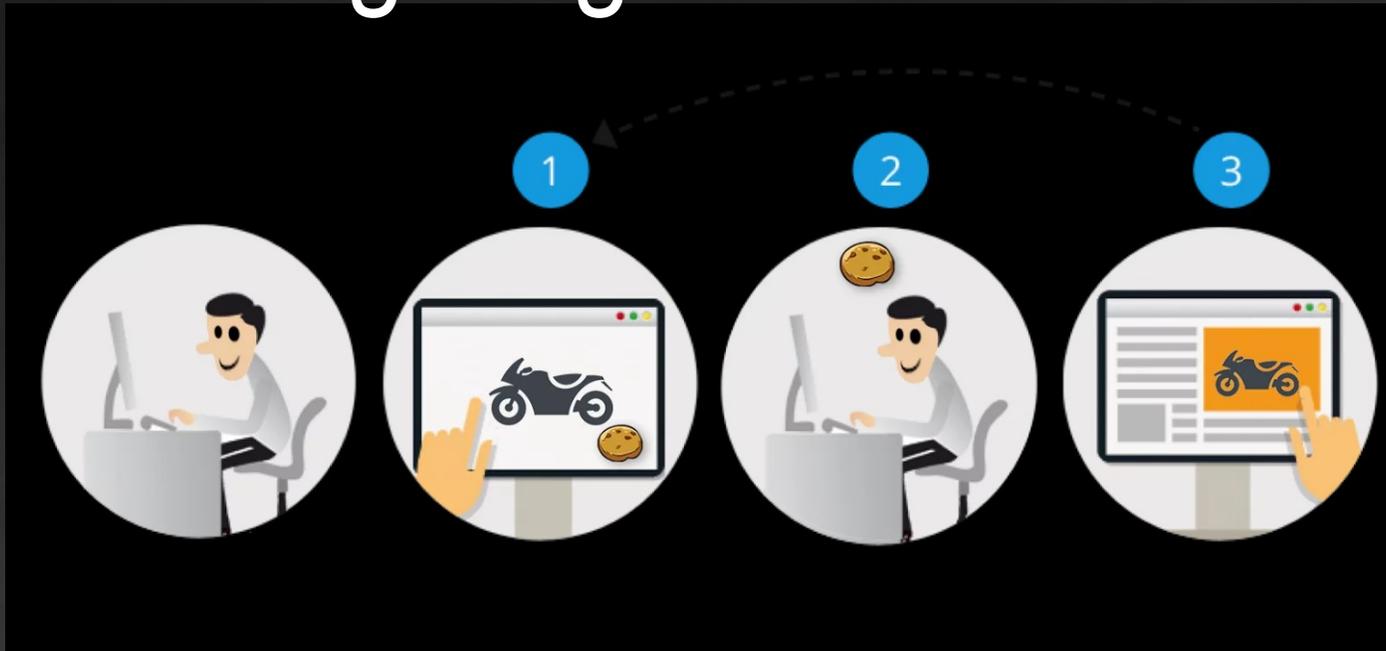
Erstellung von Zielgruppen
Erstelle Custom Audiences, Lookalike Audiences und Werbeanzeigen, die diese Zielgruppen speziell ansprechen.

Gebote einrichten
Verwende die Strategie mit niedrigsten Kosten, um Personen zu erreichen, die mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Handlung vornehmen, die dir wichtig ist – zum Beispiel einen Kauf. Diese Gebotsstrategie ist am besten geeignet, wenn du dein Budget so effizient wie möglich ausgeben möchtest.

Events überprüfen
Überprüfe die Conversion-Events, um die optimale Werbestrategie zu ermitteln.

Details: <https://www.mediabynature.de/blog/was-ist-eigentlich-dieser-facebook-pixel/>

Re-Targeting



- Retargeting ist auch bekannt als der «Zalando-Effekt»
- Ganz einfach gesagt bedeutet es, dass wir Personen, welche bereits unsere Webseite besucht haben oder mit unseren Beiträgen interagiert haben, gezielt nochmals mit Werbung abholen.
- Dabei können unter Anderem exakt die Produkte angezeigt werden, welche ein Kunde im Shop bereits angeschaut hat.
- Retargeting ist sehr mächtig, wenn es darum geht, Verkäufe zu erzielen oder Leads zu generieren.

Wo geht Re-Targeting?

Remarketing

Durch Remarketing können Sie Nutzer ansprechen, die bereits mit Ihrer Website oder mobilen App interagiert haben. Dabei werden Ihre Anzeigen ausgeliefert, wenn diese Zielgruppen eine Google-Website oder Website im Google-Werbenetzwerk besucht. So können Sie Ihre Markenbekanntheit erhöhen oder diese Nutzer an einen geplanten Kauf erinnern.



Vorteile

Remarketing kann eine strategische Komponente Ihrer Werbung darstellen, unabhängig davon, ob Sie Verkaufsaktivitäten steigern, mehr Anmeldungen erzielen oder den Bekanntheitsgrad Ihrer Marke erhöhen möchten. Hier einige der Vorteile von Remarketing:

- **Optimierte Reichweite/zeitlich gut abgestimmte Ausrichtung:** Sie können Ihre Anzeigen für Nutzer ausliefern lassen, die bereits mit Ihrem Unternehmen interagiert haben. So erreichen Sie Nutzer, die gerade an einer anderen Stelle recherchieren und wahrscheinlicher zu einem Kauf bereit sein. Außerdem können Sie es Kunden erleichtern, Sie zu finden, indem Sie ihnen Ihre Anzeigen präsentieren, wenn sie in der Google-Suche aktiv nach Ihrem Unternehmen suchen.
- **Gezielte Werbung:** Mit Remarketing-Listen lassen sich Anzeigen in bestimmten Fällen präsentieren. Beispielsweise können Sie eine Remarketing-Liste erstellen und auf Nutzer ausrichten, die einen Artikel in den Einkaufswagen gelegt, die Transaktion aber nicht abgeschlossen haben.
- **Große Reichweite:** Sie können die Nutzer in Ihren Remarketing-Listen auf mehr als zwei Millionen Websites und mobilen Apps erreichen.

Besucher Ihrer Website erreichen

- ☰ Remarketing
- ☰ Remarketing einrichten
- ☰ Zielgruppenverwaltung
- ☰ Der Bereich "Zielgruppenlisten" in der Zielgruppenverwaltung
- ☰ Änderungen am Remarketing-Tag von Google Ads
- ☰ So werden Remarketing-Daten von Google verwendet
- ☰ Erhebung von Daten für personalisierte Anzeigen deaktivieren

Google Ads
(Infos: Google Ads retargeting)

Wo geht Re-Targeting?

FACEBOOK for Business Erste Schritte Lernen Insights Lösungen Ressourcen Support Ressourcen zu COVID-19 Werbeanzeige erstellen

Erfolgsgeschichten

Unternehmen wie deines nutzen erfolgreich Facebook-Lösungen fürs Remarketing. Sieh dir an, wie das geht.

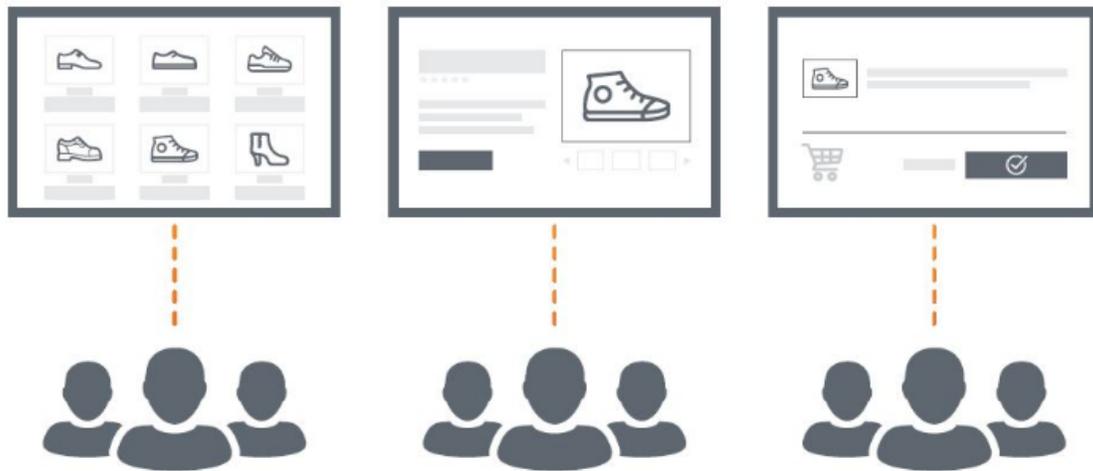


Weitere Erfolgsgeschichten

Facebook AD (Infos auf Facebook Business)

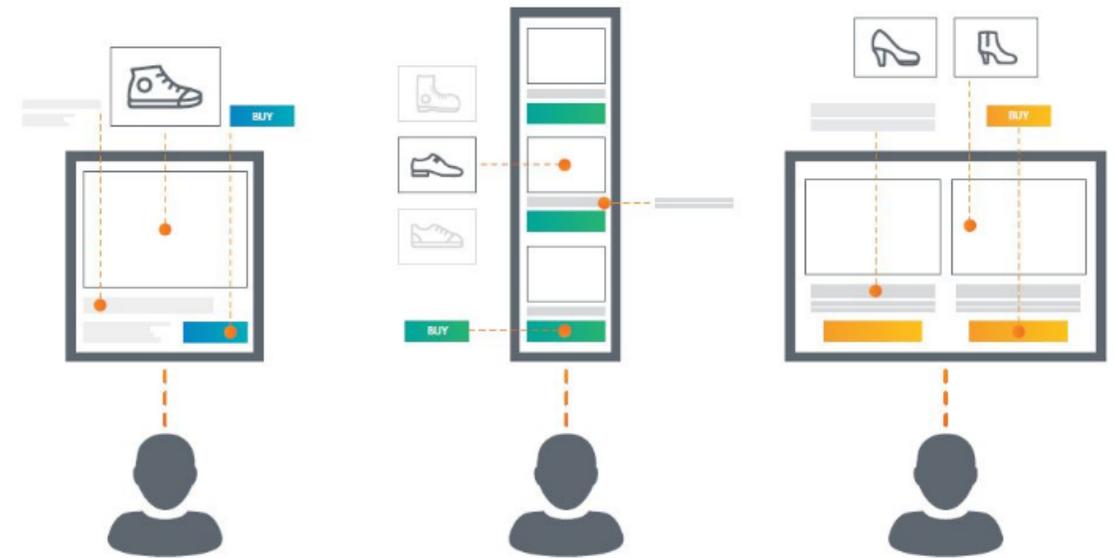


STATISCHES RETARGETING



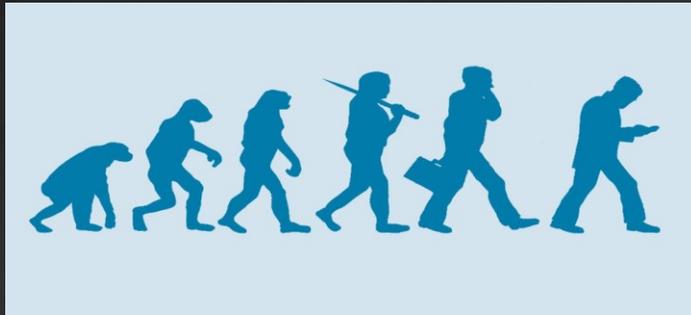
Eine begrenzte Anzahl von festgelegten Ads wird erstellt und an die User ausgeliefert - abhängig davon, welche Seite sie auf Eurer Website besucht haben.

DYNAMISCHES RETARGETING



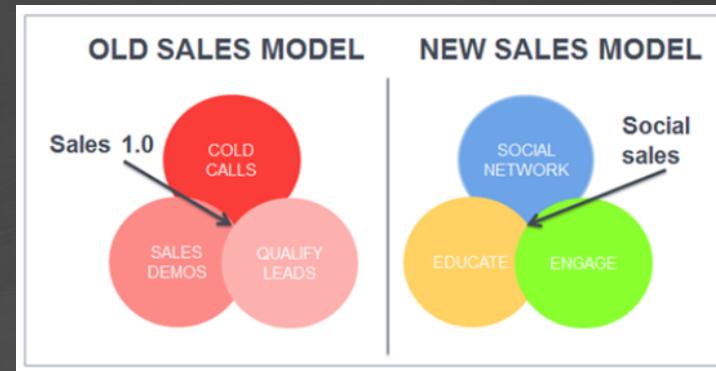
Personalisierte Ads werden für jeden Käufer individuell generiert - auf Basis seines Kaufverhaltens.

Digitales Marketing Entwicklung unserer Gesellschaft



Kunden, Partner, Lieferanten, Bewerber, Beeinflusser, Storyteller, Fans... entwickeln sich!

Klassische Sales-Modelle müssen angepasst werden.



Digitales Marketing Entwicklung unserer Gesellschaft

	Maturists (geboren vor 1945)	Baby Boomers (1945 – 1960)	Generation X (1961 – 1980)	Generation Y (1981 – 1995)	Generation Z (nach 1995 geboren)
Prägende Erfahrungen	Zweiter Weltkrieg Rationierungen Starr definierte Geschlechterrollen Rock'n'Roll Kernfamilie Festgelegtes Frauenbild	Kalter Krieg Wirtschaftswunder Swinging Sixties Mondlandung Jugendkultur Woodstock Familiensorientierung Zeitalter der Teenager	Ende des Kalten Kriegs Mauerfall Reagan – Gorbatschow Thatcherismus Live Aid Der erste PC Anfänge mobile Technologie Schlüsselkinder Zunahme von Scheidungen	Terroranschläge 9/11 Playstation Social Media Invasion im Irak Reality TV Google Earth	Wirtschaftlicher Abschwung Erderwärmung Globalisierung Mobile Devices Energiekrise Arabischer Frühling Eigene Medienkanäle Cloud Computing Wikileaks
Anteil an arbeitender Bevölkerung in % (in UK)	3%	33%	35%	29%	Teilweise in befristeten Arbeitsverhältnissen oder in Ausbildung
Ziel	Eigenheim	Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit und Flexibilität	Sicherheit und Stabilität
Haltung zu Technologie	Weitgehend uninteressiert	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	„Technoholics“ abhängig von der IT, nur begrenzte Alternativen
Haltung zu Karriere	Lebenslange Jobgarantie	Karriere im Unternehmen, wird von den Angestellten mitgestaltet	Karriere bezieht sich auf den Beruf, nicht mehr auf den Arbeitgeber	Digitale Unternehmer Arbeit „mit“ Organisationen, nicht „für“ Organisationen	Multitasking-Karriere Übergangloser Wechsel zwischen Unternehmen und „Pop-up“-Business
Typisches Produkt	 Auto	 Fernseher	 PC	 Tablet / Smartphone	Google Glass Nanocomputer 3-D-Drucker Fahrerlose Autos
Medien Kommunikation	 Brief	 Telefon	 E-Mail und SMS	 Text oder Social Media	Mobile oder in die Kleidung integrierte Kommunikationsmedien
Bevorzugte Kommunikation	 Face-to-Face Meetings	 Face-to-Face, zudem Telefon und E-Mail	 Text Messaging oder E-Mail	 Online und Mobile (SMS)	 Facetime

INTERNET WORLD Business 22/14 Quelle: Futurebiz