

# Online-Marketing & E-Commerce für KMU

Online-Vortrag zum „Tag des offenen Fensters“  
der TH Brandenburg

28.5.2021

***Prof. Bernd Schnurrenberger***

*Mittelstandsorientierte BWL / Unternehmensführung*



# ... zu meiner Person

Prof. Dr. Bernd Schnurrenberger  
Mittelstandsorientierte BWL / Unternehmensführung  
TH Brandenburg  
[schnurrenberger@th-brandenburg.de](mailto:schnurrenberger@th-brandenburg.de)



*Kompletter Foliensatz zum Vortrag auf:*



- [KMU-Info.de](http://KMU-Info.de) bzw. [kmu-info.de/Wissen/Glossar\\_Online-Marketing\\_fuer\\_KMU\\_20190523.pdf](http://kmu-info.de/Wissen/Glossar_Online-Marketing_fuer_KMU_20190523.pdf)
- [KMU-Management-Buch.de](http://KMU-Management-Buch.de)
- [KMU-Management.de](http://KMU-Management.de)



# Online-Marketing / E-Commerce und Internettechnik

Blog Community Ajax  
 XML Schnittstellen.. Web services E-Publishing, E-Positioning CRM  
 Electronic Learning E-Logistics E-Commerce, E-Business  
 Supply Chain Management ASP, SaaS, E-Procurement Web 2.0  
 DSL Concurrent User Click-Rate, Conversion-Rate SEO  
 JAVA, JAVASCRIPT Social E-Knowledge-Base  
 Bookm RSS, Podcast E-Commerce Chat  
 Virtuelle Organisation URL E-Engineering Social Bookmarking  
 Content Management Web-based-services, Cloud-Computing  
 HTTP, PHP, SQL SEO Forum





# Wo vertreten sein? Customer Journey – Online/Offline

## Online

- Re-Targeting
- Preisvergleichsseite
- YouTube ● App-Einsatz
- Corporate Website
- Suchmaschine
- Digital-OOH ● Snapchat
- Online-Ad ● Pinterest
- E-Mail ● Facebook
- Amazon
- Online-Magazin
- In-App-Service
- Online-Community
- (E-)Newsletter
- Online-Shop
- App-Einsatz
- WhatsApp
- Rating
- Review
- Blogs



- Empfehlung ● Mailing ● Hotline
- PR ● Radio-Spot ● Prospekt
- TV-Spot ● Plakat/OOH ● Angebot
- Anzeige ● Preisliste
- Katalog
- Verkäufer ● Rechnung ● MGM
- Verpackung ● Gebrauchsanleitung
- Produkt ● Service-Hotline
- Produktpräsentation ● Support
- POS ● Dialog-Programm
- Kunden-Magazin

## Offline



# Online-Marketing-Konzeption - Überblick

## Online-Marketing-Konzeption

### **Ziel-Ebene:**

- Ökonomische Ziele & Psychologische Ziele
- Verbreitungs- bzw. Versorgungsziele (Netzwerk-Ziele)

### **Strategische Ebene:**

- Grundlegende Strategische Eckpfeiler/Parameter:
  - Zielgruppen, Positionierung, Wettbewerbs-Rollen, Marktstimulierung
- Funktions-/Organisations-Strategie:
  - Make or Buy, Technologie, Struktur / Rollen einzelner Präsenzen
- Dynamische Entwicklungs-Strategie:
  - Marktfeld-Matrix, Marktareale, Timing

### **Taktische Ebene:** Zeitweilige Priorisierung bzw. Kampagnen-Orientierung:

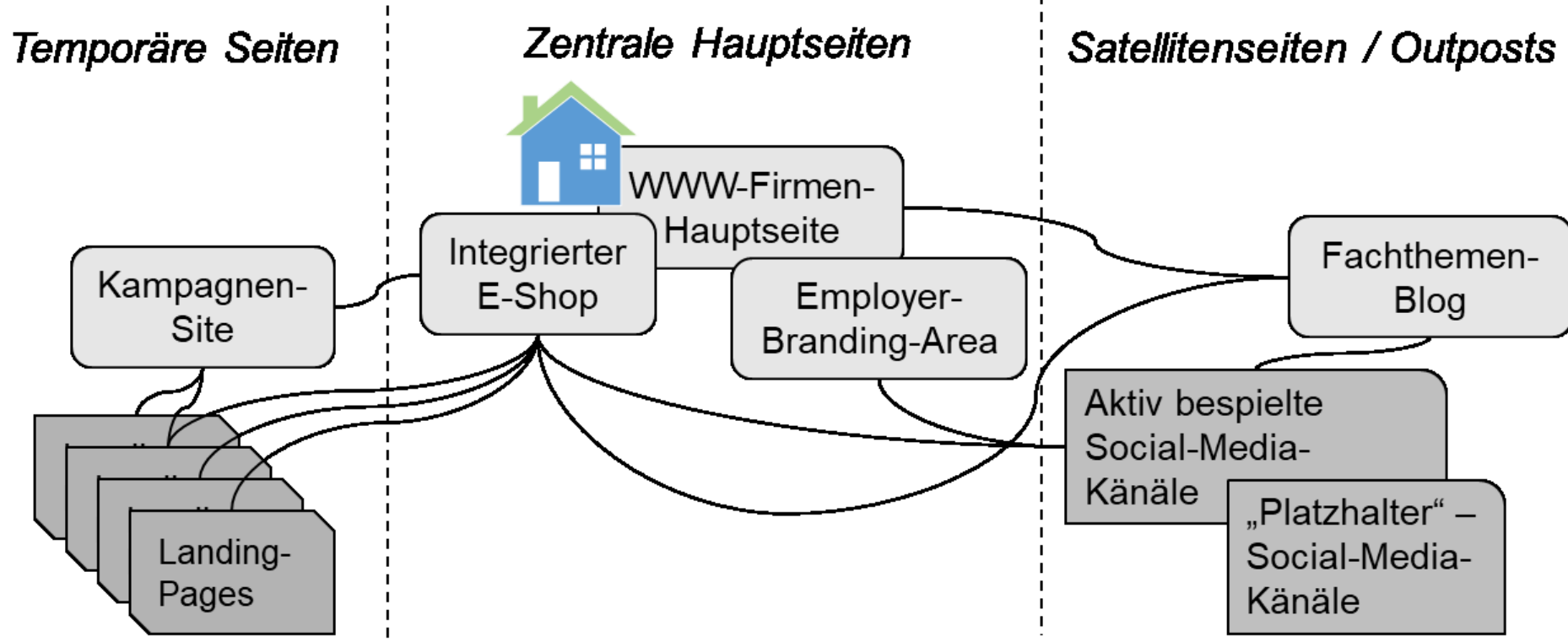
- Zielgruppen erschließen / Produkte einführen
- Kunden binden, Saisonale Kampagnen
- Relaunch, „Neuerfindung“

### **Operative Ebene** / Online-Marketing-Mix (PPK-C-Modell):

- Präsentieren / Aufbau, Funktionalitäten, Usability
- Promoten (Publizieren, Vernetzen, Positionieren, Bewerben)
- Konvertieren (Daten, Kontakte, Sales) & Operatives Controlling in PPK



# Rollen-Struktur der Webpräsenzen incl. Satellitenseiten





# Operatives Online-Marketing (PPK-C Modell)

## Konvertieren

*Website nutzen:*

- Kontaktnutzung
- eCommerce
- Marktforschung
- eBusiness-Plattform

## Promoten

*Website „beleben“:*

- ePublishing
- eNetworking
- ePositioning
- eAdvertising

## Präsentieren

*Website aufbauen:*

- Strategische Rolle (Präsenz(en) einzeln und gesamt)
- Techn. Plattform
- Services, Features
- Usability

## Controlling



# Klassische Corporate Website (Features)



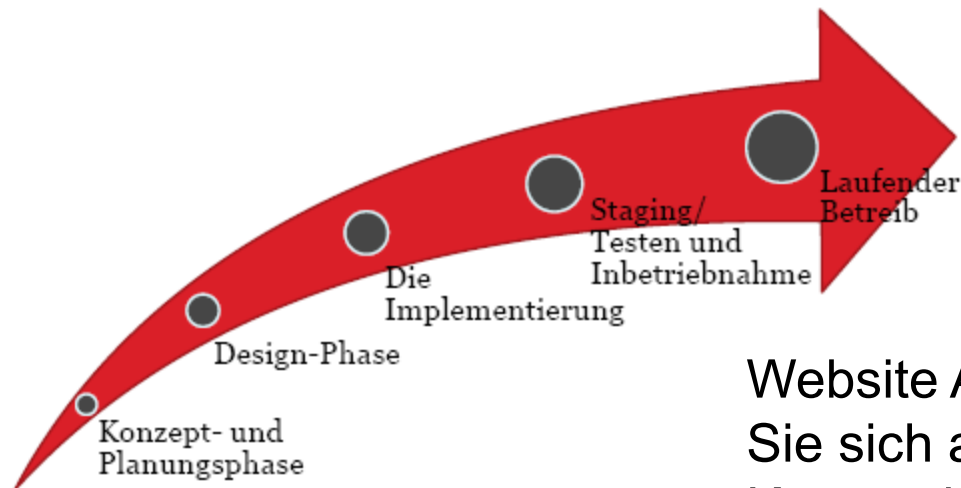




# Website Aufbau: Leistungen, Usability

Welche strategische Funktion hat die Website für Sie ?!

Auch Ihre Website ist ein Produkt - Was erwarten Ihre Kunden von diesem Produkt ?!



Website Aufbau ist ein Projekt: Nehmen Sie sich ausreichend Zeit für Konzeption & Planung !

**Usability = Benutzerfreundlichkeit**

<http://www.usability-in-germany.de>



# Promotion: Online Marketing – Varianten

## e-Publishing

- Content auf eigenen „Owned Media“: News / Online-PR / Info / Glossar
- Blog / Forum / SMNR
- Newsletter / Podcast
- Fremde Sites (Earned Media)



## e-Positioning

- Listing in Suchmaschinen / Keyword-Optimierung (SEO)
- Inanspruchnahme von Rankingservices
- Web-Verzeichnisse, Datenbanken

## e-Networking

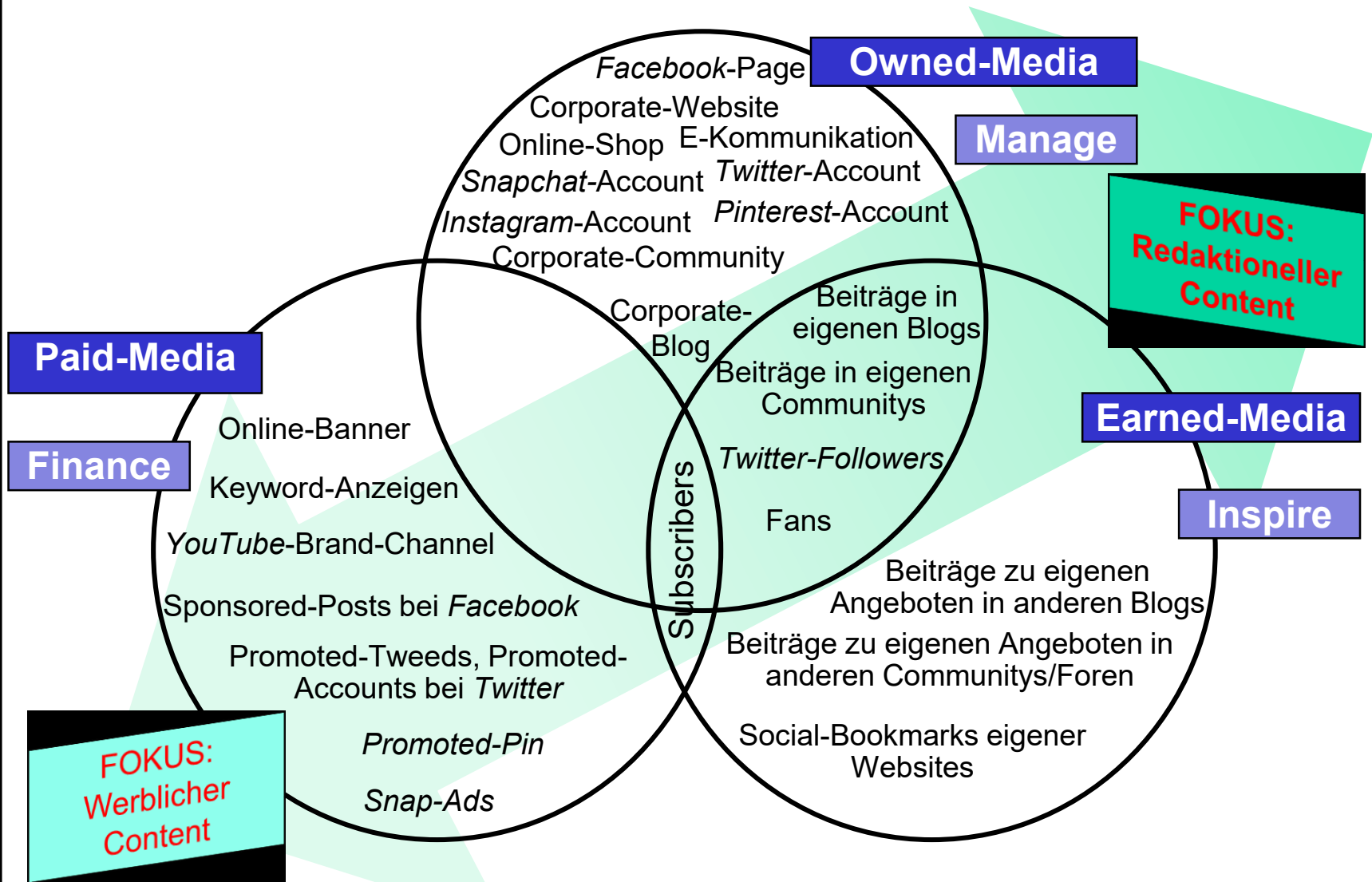
- Linkaufbau intern/extern
- Direkte / indirekte Empfehlungstechniken
- E-Mail-Signaturen
- Affiliate Programme
- zzgl. Offline-Networking

## e-Advertising

- Banner-/Text-Video-Ads: externe Sites, Newsletter, Plattformen
- SEA/Shoppingplattform Ads
- Influencer, Sponsoring
- zzgl. Werbung in anderen Medien



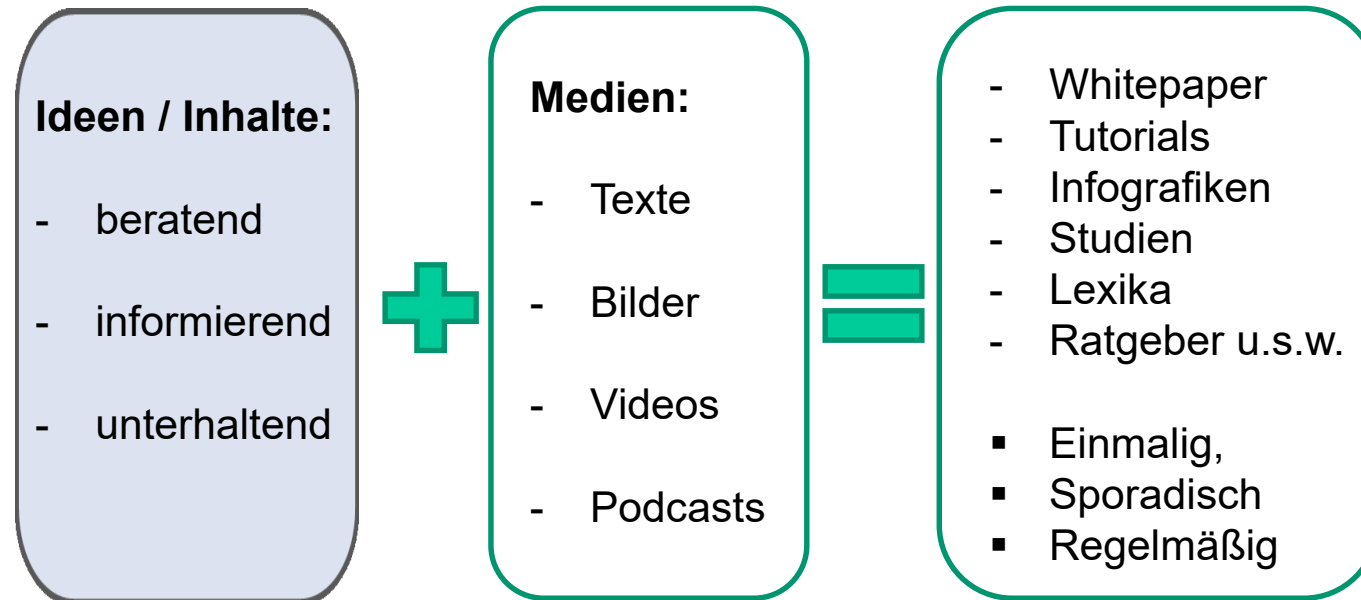
# Redaktioneller/Werblicher Content in Owned-/Earned-/Paid-Media





# Publishing Content (Marketing)

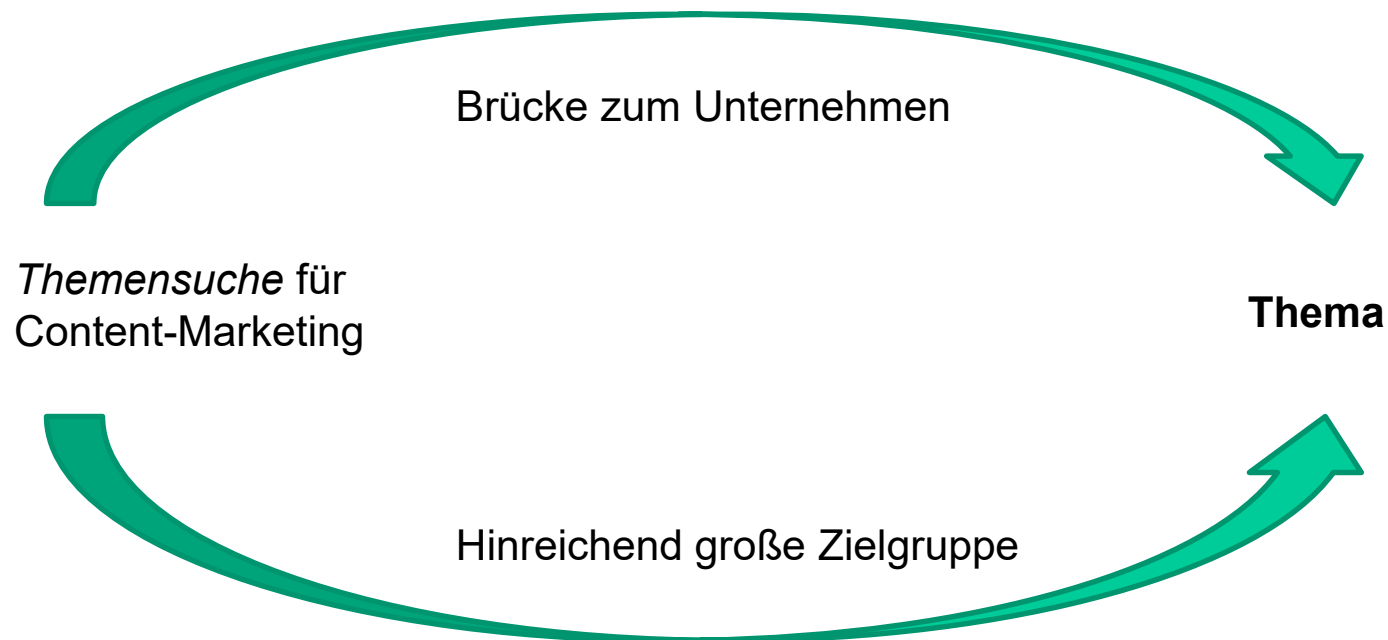
„Content Marketing ist eine Methode, welche die Zielgruppe ansprechen soll, um sie direkt oder indirekt vom eigenen Unternehmen oder seinem Leistungsangebot oder einer eigenen Marke zu überzeugen. Content-Marketing soll Kunden gewinnen und halten, ohne jedoch direkt, zu aufdringlich oder gar störend zu sein. Keinesfalls ist Content-Marketing vornehmlich werblich. Es kommt beim Content-Marketing im Grunde darauf an, einen Mehrwert zu liefern.“





# Themen für Content

## Erste „echte“ Herausforderung: Themenidentifizierung



„Im ‚echten‘ Content-Marketing liegt die erste Herausforderung darin, Themen zu identifizieren, die eine Brücke zum Unternehmensinhalt schlagen können, die aber gleichzeitig im Interessenfokus einer hinreichend großen Zielgruppe stehen. Alle weiteren Arbeiten sind im Grunde danach nur Handwerkszeug.“



# Organische Suche / KeyWord-Anzeigen

Microsoft Bing

KMU+Management+Buch

ALLE SHOPPING BILDER VIDEOS KARTEN NEWS

435.000 Ergebnisse Datum Sprache Region

KMU+Management+Buch anzeigen Anzeigen

|                              |                         |                         |                                |                         |                       |
|------------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------------|-------------------------|-----------------------|
|                              |                         |                         |                                |                         |                       |
| Praxisbeiträge<br>Zum KMU... | KMU-<br>Management I... | KMU-<br>Management I... | Relationship-<br>Management... | KMU-<br>Management I... | KMU- Und Sta<br>Up... |
| 29,99 €                      | 24,99 €                 | 49,99 €                 | 24,20 €                        | 49,99 €                 | 35,00 €               |
| Versand gratis               | Versand gratis          | Versand gratis          | Versand gratis                 | Versand gratis          | Versand gratis        |
| lesen.de                     | ✓ Hugendub...           | Amazon DE               | Amazon DE                      | ✓ Hugendub...           | Weltbild.de           |

Kmu Management bei Amazon.de - Riesenauswahl an Büchern  
<http://www.amazon.de/buecher/kmu management>

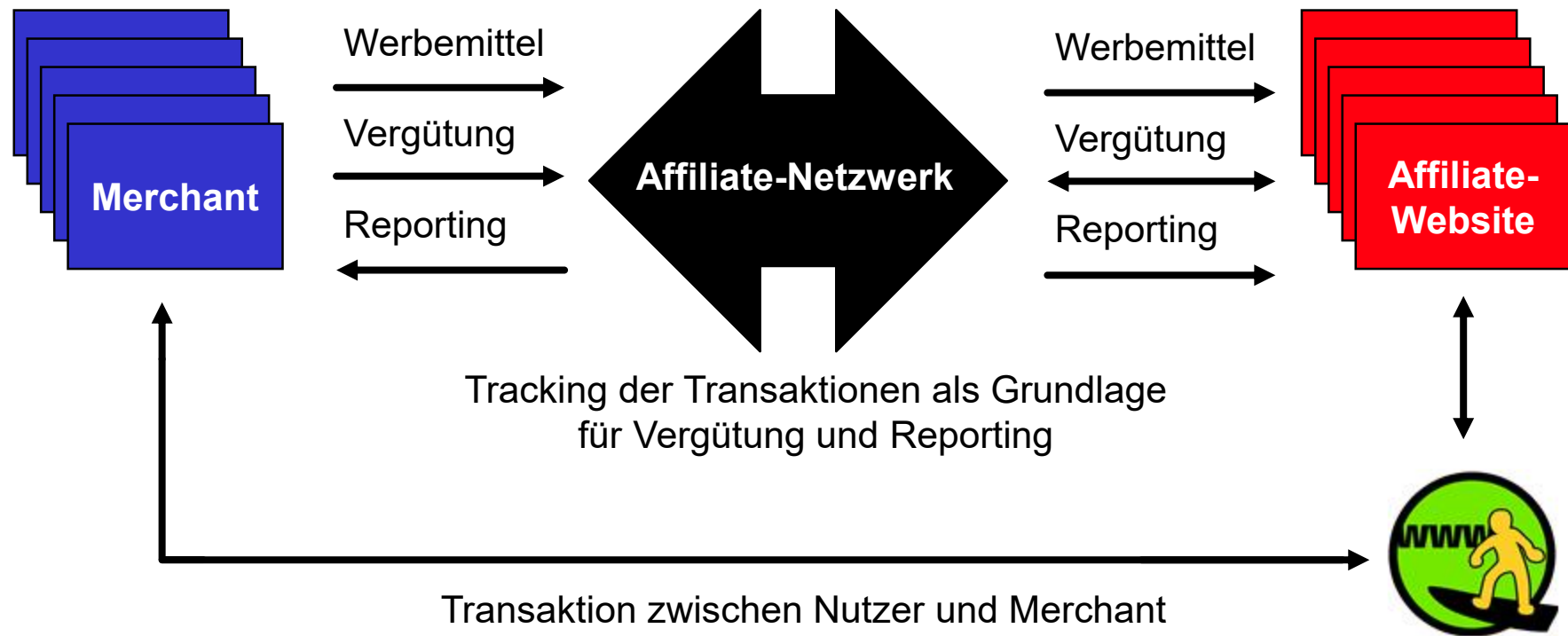
Anzeige Aktuelle Buch-Tipps und Rezensionen. Alle Bücher natürlich versandkostenfrei

KMU-Management-Buch.de – Die Site zur Buchreihe KMU ...  
<https://kmu-management-buch.de>

KMU-Management-Buch.de. Die Site zur Buchreihe KMU-Management – Willensbildung & Willensdurchsetzung sowie Rezensionen zu Unternehmensführung, Management, Strategisches Management (nicht ausschließlich) für KMU und Freiberufler!



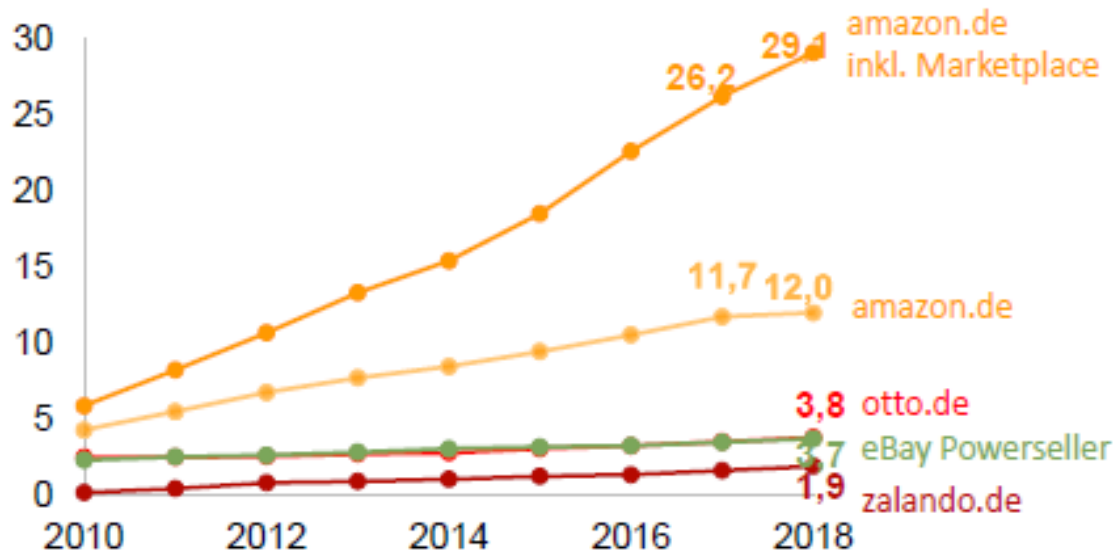
# Affiliate-Marketing unter Einbindung eines Affiliate-Netzwerkes



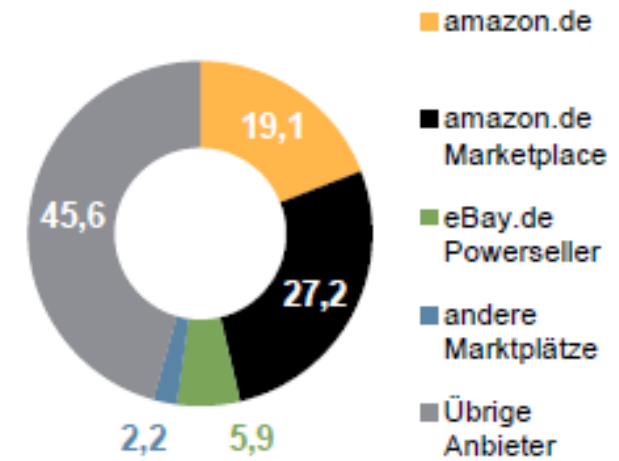


# Statistik: E-Commerce Anteile

Umsätze zu Endverbraucherpreisen (inkl. Umsatzsteuer) in Mrd. Euro



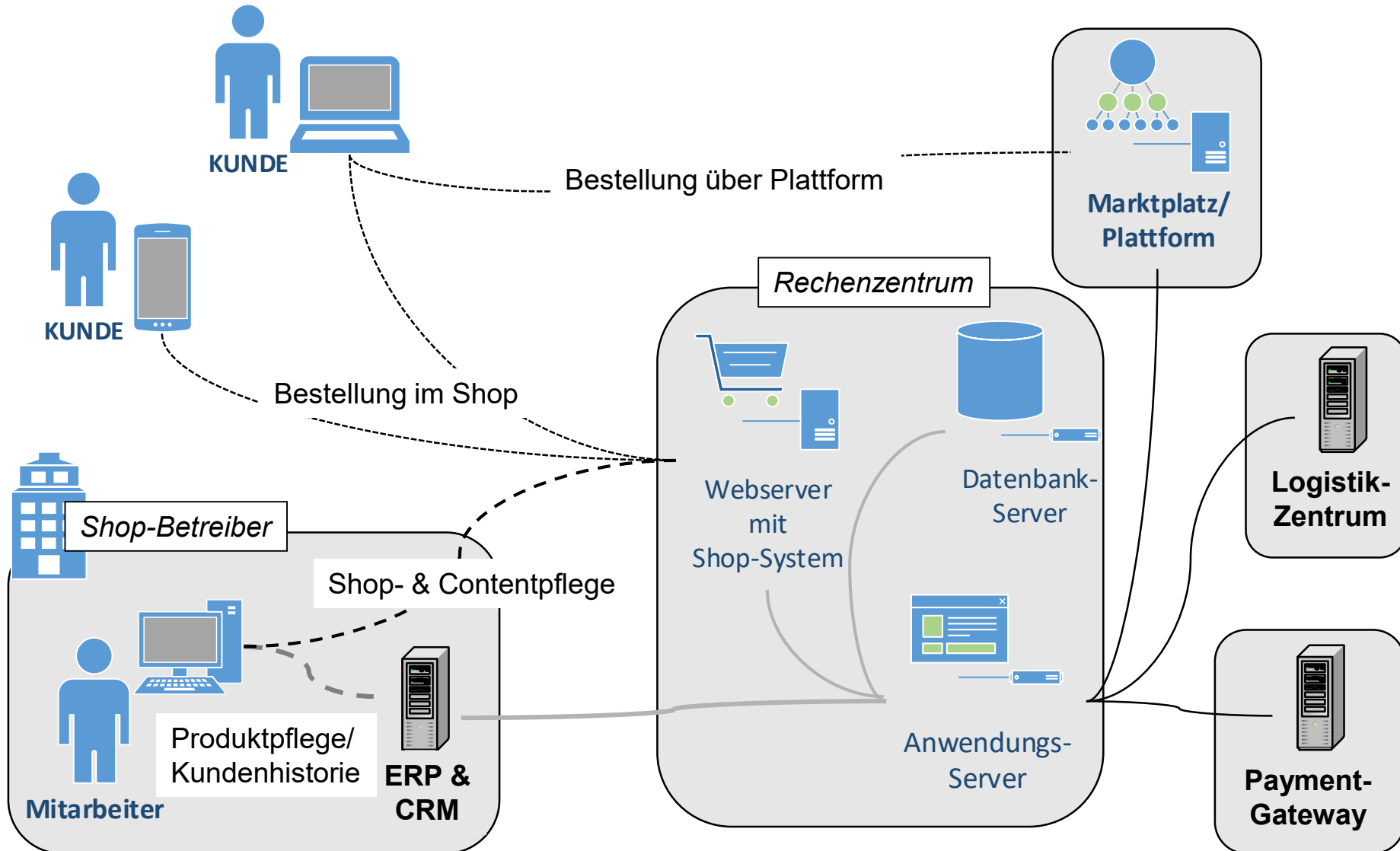
Umsatzanteile am Onlinehandel 2018 (in %)







# E-Commerce-Gesamtsystem (physikalische Ebene)





# E-Commerce – Aufgabenfelder/Funktionen

## Pre-Sales

- Site-Aufbau
- Datenbank
- Produkt-Präsentation
- (Online-) Marketing

## After-Sales

- Service / Support
- CRM
- Nachkaufmarketing
- Mailings

## Sales

- Sicherheit (SSL)
- Online Payment (Kreditkarte, ePayment)
- Offline Payment (Clearing)
- Produktverfügbarkeit / Lieferzeit
- Auftragsverarbeitung (ERP, Logistik)



# Spezifika des Internet und ePricing

## Spezifika des Internets

## Implikationen für das Pricing

Hohe (Informations-)  
Transparenz

- Erleichtert Preisvergleiche
- Erhöhte Informationsbasis bei Kunden und Wettbewerbern

Globale Vernetzung

- Erschwerte Preisdifferenzierung
- Konflikte zwischen Vertriebskanälen

Beidseitige Kommunikation

- Ermöglicht Interaktion zwischen Anbieter und Kunde
- Ermöglicht Interaktion zwischen Kunden untereinander

Einfaches Web-Page-  
Management

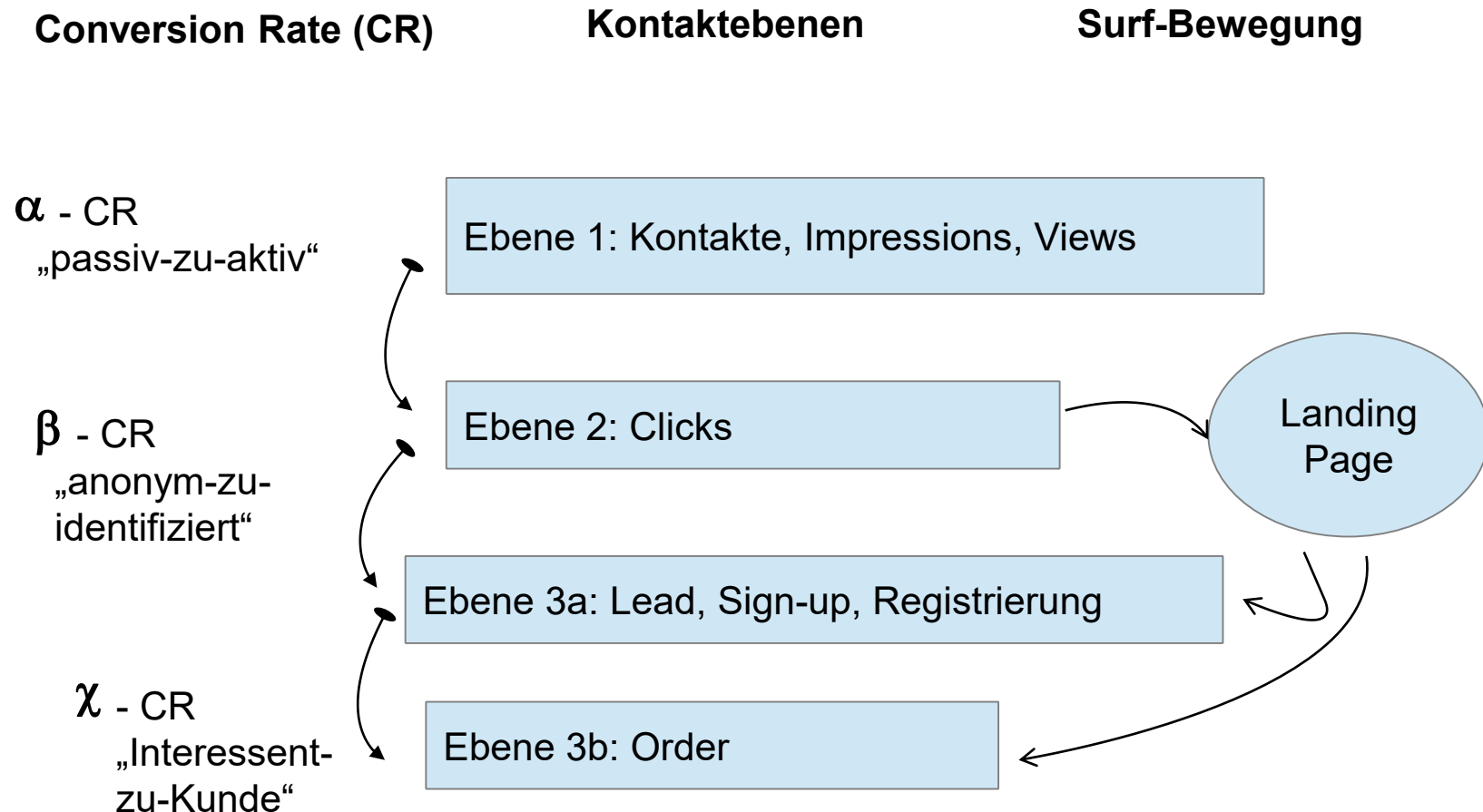
- Schnelle Umsetzbarkeit von Preisänderungen
- Preiskontrolle

„Online“-Merkmal

- Vereinfachte Preisindividualisierung
- Ermöglicht Echtzeit-Pricing



# Webcontrolling: Kontaktebenen, Conversion-Rates



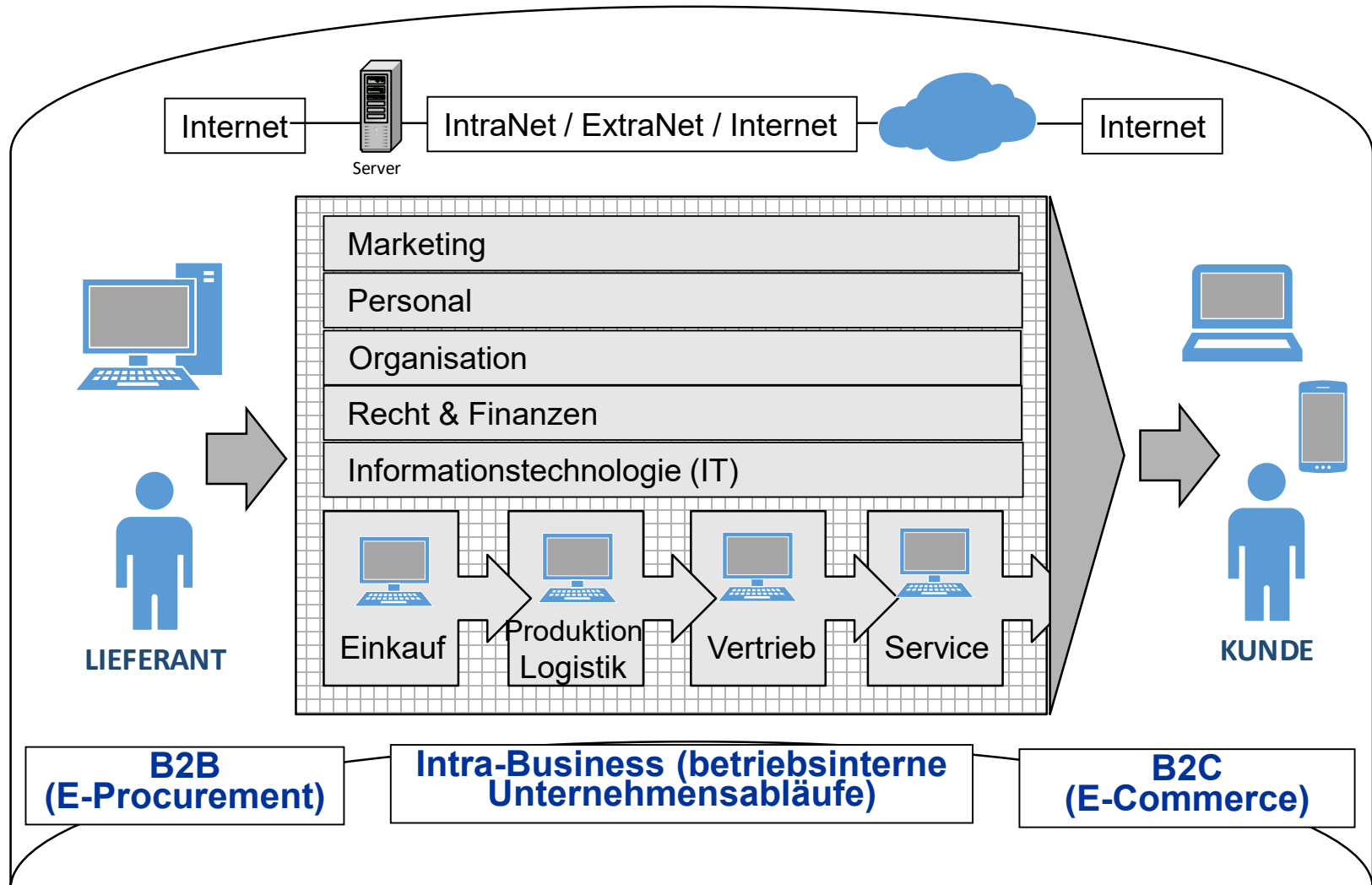


# Praktisches Beispiel zum Conversion-Controlling

|                                 |                          | Schaltung 1 | Schaltung 2 |
|---------------------------------|--------------------------|-------------|-------------|
| <b>KPI</b>                      | <b>Formel/Herleitung</b> |             |             |
| Budget in Euro                  |                          | 5.000,00 €  | 5.000,00 €  |
| TKP in Euro                     | ..vorgegebener Preis     | 20,00 €     | 100,00 €    |
| Reichweite / Kontakte           | $(Budget/TKP)*1000$      | 250.000     | 50.000      |
| Click-Rate<br>(Conversion=CR)   | ..Erfahrungswert         | 0,75 %      | 2,00 %      |
| Clicks gesamt                   | $Kontakte * Click-Rate$  | 1875        | 1000        |
| Cost per Click in Euro          | $Budget / Clicks$        | 2,67 €      | 5,00 €      |
| Leads per Click<br>(Conversion) | ..Erfahrungswert         | 5,00 %      | 8,00 %      |
| Leads gesamt                    | $Clicks * Lead CR$       | 94          | 80          |
| Cost per Lead in Euro           | $Budget / Leads$         | 53,33 €     | 62,50 €     |
| Sales/Lead (Conversion)         | ..Erfahrungswert         | 10,00 %     | 15,00 %     |
| Sales gesamt                    | $Leads * Sales CR$       | 9,38        | 12,00       |
| Cost per Sale/Order             | $Budget / Sales$         | 533,33 €    | 416,67 €    |



# E-Business – Digitalisierung der Wertschöpfungsketten





**Vielen Dank**  
**für**  
**Ihre Aufmerksamkeit ...**  
**... und**  
**viel Erfolg bei Ihren Projekten!**

*Alle Folien und weiteres Material auf:*

