**Formen des Online-Marketings**



|  |  |
| --- | --- |
| Display Werbung |  |
| Online-Direktmarketing |  |
| Webpräsenz |  |
| Direkt Geschäft (Verkauf) |  |
| Indirektes Geschäft (Lead) |  |

**Zuordnung von Marketing-Maßnahmen in die Phasen des Sales Funnels**



|  |  |
| --- | --- |
| Produktbewertungen |  |

**Arten von Affiliates entlang des AIDA-Modells**

**Umsetzung des Affiliate-Marketings unter Einbindung eines AffiliateNetzwerkes**



**Der Sweet Spot**



|  |  |
| --- | --- |
| Know-How und Fähigkeiten des Unternehmens |  |
| Informationsbedarf und Probleme der Zielpersonen |  |

**Die Content-Entwicklung nach dem Lean-Prinzip**



|  |  |
| --- | --- |
| Ziel |  |
| Analysieren |  |
| Anpassen |  |
| Klassiche Content-Entwicklung |  |
| Interactive Content-Entwicklung |  |

**Größenverhältnisse ausgewählter Banner**

**Kennzahlen der Online-Werbung entlang des Entscheidungsprozesses**



|  |  |
| --- | --- |
| Konversion |  |
| Impressionen |  |
| Klicks |  |
| Traffic ohne Bounces |  |