

Lückentext: Was ist Online-Marketing?

Der Begriff Online-Marketing wird häufig auch als Web-Marketing oder Internet-Marketing bezeichnet. Online-Marketing bezeichnet alle Maßnahmen im Internet, um Kunden zu gewinnen oder sie an das Unternehmen zu binden. Die Entwicklung des Online-Marketing basiert auf dem rasanten Fortschritt der Technologien. Im Jahr 2004 wurde die bekannte Social Media Plattform Facebook eingeführt, wodurch sich das Online-Marketing erst entfalten konnte. Im Jahr 2007 etablierten sich Smartphones auf dem Markt, wodurch das sogenannte Mobile Marketing entstehen konnte. Durch ständige Neu- und Weiterentwicklungen spricht man auch vom Digitalen Marketing. Eine Unterscheidung zwischen Online-Marketing und Digitalem Marketing ist wichtig. Online-Marketing umfasst alle Maßnahmen, um einen Nutzer zu einem Onlineshop zu lenken und dort eventuell Tätigkeiten zu vollziehen. Diese Tätigkeiten können z. B. der Kauf von Produkten oder die Anmeldung von Newslettern sein. Digitales Marketing bezieht sich auf die Durchführung verschiedener Marketingmaßnahmen anhand digitaler Technologien, wie z. B. Social Media, QR Codes, Smartphones oder Tablets. Die Vorteile von Online-Marketing bestehen durch eine hohe Erreichbarkeit der Nutzer, eine direkte Ansprache der passenden Zielgruppen, eine leichte Anpassung bzw. Optimierung der Maßnahmen und vergleichsweise niedrigen Kosten. Nachteilig hingegen ist die schlechte Erreichbarkeit der Zielgruppe der über 60 Jahre alten Menschen, das Ausblenden zahlreicher Online-Werbemaßnahmen, die durchgängige Erreichbarkeit der Unternehmen und das zum Teil fehlende Wissen der Mitarbeiter. Die Ziele des Online-Marketing umschreibt man mit den Begriffen Leads, Branding, Sales und Engagement. Folgend gehen wir auf diese Begrifflichkeiten ein. Leads sind neue Kontakte, die über Online-Marketing Maßnahmen gewonnen wurden. Als Sales bezeichnet man den Abverkauf von Produkten und Dienstleistungen im Online Shop. Das Engagement spiegelt die Interaktion von Konsumenten mit dem Unternehmen wider. Diese sind leicht erkennbar durch Klicks, Likes oder Kommentaren. Den Aufbau und die Stärkung der eigenen Marke bezeichnet man als Branding.