

Test

PESO-Modell

Ordnen Sie die Begriffe richtig zu.

Earned Media – Shared Media – Paid Media – Owned Media

Earned Media ist ein Selbstläufer – andere (wie z. B. Blogger, Fachmagazine, Tageszeitungen, Social Media-Beiträge, etc.) berichten über das Unternehmen. Da sie meistens gar nicht oder nur schwer kontrollierbar sind, erhalten sie eine hohe Glaubwürdigkeit bei den Nutzern bzw. Kunden.

Owned Media beinhaltet alle Kanäle, auf die das Unternehmen selbst Einfluss nehmen kann - Website, Firmenblog, Social Media, etc. - und bildet damit das Zentrum des Online-Marketings. Im Vergleich zur Paid Media, konsumieren die Kunden diese Inhalte freiwillig.

Shared Media deckt alles im Rahmen der sozialen Netzwerke ab. Ein User teilt Inhalte eines Unternehmens oder abonniert diesen, wenn ihm die Inhalte gefallen. Dadurch entsteht automatisch mehr Traffic auf der Seite des Unternehmens. Die Schwelle zu den Kunden wird zudem geringer.

Paid Media beinhaltet Anzeigen, Spots, Banner, Google AdWords oder klassische Werbung. Diese ganzen Mittel haben eines gemeinsam: Unternehmen bezahlen für die Veröffentlichung der Inhalte und erreichen so ein garantiertes Publikum.