

# FALLBEISPIEL FÜR COCKPIT DIGITALES MARKETING

Die Sympatic GmbH baut Sondermaschinen für die Verpackungsmaschinen für Medizinindustrie. Dieses fiktive Beispiel soll Ihnen die Nutzung des Cockpits erläutern.

Das Unternehmen hat bis jetzt eine Website auf Englisch und Deutsch. Die Checkliste ist für das Unternehmen ausgefüllt. Es werden zunächst alle Teilbereiche abgearbeitet und die Punkte werden auf der Seite 7 addiert.

## CHECK

Arbeiten Sie die Checkliste mindestens einmal im Jahr durch.

Die Checkliste ist im Prinzip eine Art „TÜV“ bzw. „HU“ für ihr digitales Marketing. Tragen Sie hier das Datum des Checks ein. Datum:

**20.03.2019**

# ANALYSE

## Checkliste

Gibt es bereits ausformulierte Ziele?	<b>Ja</b>	<input type="checkbox"/>
Webranking bei Suchmaschinen geprüft	<b>Wir sind leider bei Google erst auf den hinteren Seiten</b>	<input type="checkbox"/>
Ist meine Website auf aktuellem Stand? a) Inhalt (z.B. Key-Words) b) Technologie	<b>Es fehlen chinesische Texte</b>  <b>Key-Words sind O.K.</b>  <b>Mobile Ansicht ist o.k.</b>	<input type="checkbox"/>
Wettbewerb: Die digitalen Marketingaktivitäten der Wettbewerber sind analysiert	Analyse Stand: <b>20.03.2019</b>  <b>Es gibt dazu eine Extra-Tabelle. Wir sollten überlegen bei Instagram etwa zu machen</b>	<input type="checkbox"/>
Wo sind meine Kunden? Auf welchen digitalen Plattformen/Kanälen halten sich meine Kunden auf?	<b>Diese Analyse fehlt und ist unbedingt auf die todo-Liste zu setzen</b>	<input type="checkbox"/> <b>X</b>
<b>Gesamtsumme:</b>		<b>4</b>

2

# ZIELE

Checkliste		
Langfristiges Ziel (1-5 Jahre)	Umsatzsteigerung 10% jedes Jahr bis 2023	<input type="checkbox"/>
Langfristiges Ziel (1-5 Jahre)	Wahrnehmung als Experte im Markt (Durch Umfrage 2023 bestätigen)	<input type="checkbox"/>
kurzfristiges Ziel (6-11 Monate)	SEO Ranking verbessern (wollen auf Seite 1 von Google)	<input type="checkbox"/>
kurzfristiges Ziel (6-11 Monate)	Web-Shop für Evaluation-Kits anlegen	<input type="checkbox"/>
Umsetzung Strategie, Maßnahmen im Cockpit Digitales Marketing	Zeitpunkt eintragen: 1.9.2019	<input checked="" type="checkbox"/>
	<b>Gesamtsumme (max. 5):</b>	<b>5</b>

3

# STRATEGIE

Beschreiben Sie stichwortartig ihre Strategie, mit der Sie Ihre Ziele erreichen wollen.

„Eine Strategie ist ein Muster in einem Strom von Entscheidungen.“ (Mintzberg) Eine Strategie ist immer langfristig angelegt.

Meine Strategie:

Wir fokussieren uns auf einen hochpreisigen Nischenmarkt, den wir international angehen wollen (USA, China, GB).

4

## Checkliste

Strategie ist  
ausformuliert

Kreuz zählt 5 Punkte **Gesamtsumme:**

5

# OPERATIVE MAßNAHMEN

Schreiben Sie bitte stichwortartig auf, welche Maßnahmen Sie durchführen. Wenn es mehr als fünf Maßnahmen sind, fassen Sie die Maßnahmen entweder zusammen oder ergänzen unten. Für jedes Kreuz gibt es einen Punkt.

Checkliste		
Maßnahme 1	<b>SEO-Optimierung</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
erledigt am:	<b>30.06.2019</b>	
Maßnahme 2	<b>Übersetzung der Website ins Chinesische</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
erledigt am:	<b>20.10.2019</b>	
Maßnahme 3	<b>Gute Fotos für Evaluation-Kits</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
erledigt am:	<b>1.7.2019</b>	
Maßnahme 4	<b>Es können noch mehr Maßnahmen sein (to do-Liste)</b>	<input type="checkbox"/>
Maßnahme 5		<input type="checkbox"/>
erledigt am:		
<b>Gesamtsumme:</b>		<b>3</b>

5

# KONTROLLE

## Checkliste

Langfristige Ziele kontrolliert (Ziele noch aktuell?)	<input checked="" type="checkbox"/>
Es gib einen Plan/Liste mit allen to dos aus dem Cockpit	<input checked="" type="checkbox"/>
Für alle to dos aus dem Cockpit gibt es Prozessverantwortliche und Deadlines	<input checked="" type="checkbox"/>
Es existiert ein Jahresplan, in dem alle Termine eingetragen sind	<input checked="" type="checkbox"/>
Termin für nächsten Check im Kalender eingetragen?	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Gesamtsumme:</b>	<b>5</b>

6

# DIGITALES MARKETING IN 5 SCHRITTEN

Gehen Sie die 5 Punkte chronologisch durch. Arbeiten Sie die Punkte auf den folgenden Seiten durch, tragen Sie hier die Punkte von den Seiten 2 bis 6 ein und addieren Sie die Punkte.

<b>Checkliste</b>			
Analyse	<b>Summe Punkte:</b>	<b>4</b>	<input type="checkbox"/> <b>X</b>
Ziele	<b>Summe Punkte:</b>	<b>5</b>	<input type="checkbox"/> <b>X</b>
Strategie	<b>Summe Punkte:</b>	<b>5</b>	<input type="checkbox"/> <b>X</b>
Umsetzung	<b>Summe Punkte:</b>	<b>3</b>	<input type="checkbox"/> <b>X</b>
Kontrolle	<b>Summe Punkte:</b>	<b>5</b>	<input type="checkbox"/> <b>X</b>
	<b>Gesamtsumme:</b>	<b>22</b>	<b>Punkte Vorjahr:</b>

7

Man sieht auf den ersten Blick, dass insgesamt nur drei Punkte fehlen. Die größten Defizite scheinen im operativen Bereich zu sein. Alle Punkte, die beim Check zu Aufgaben führen, sollten in einer to-do-Liste zusammengefasst werden (s. 6).