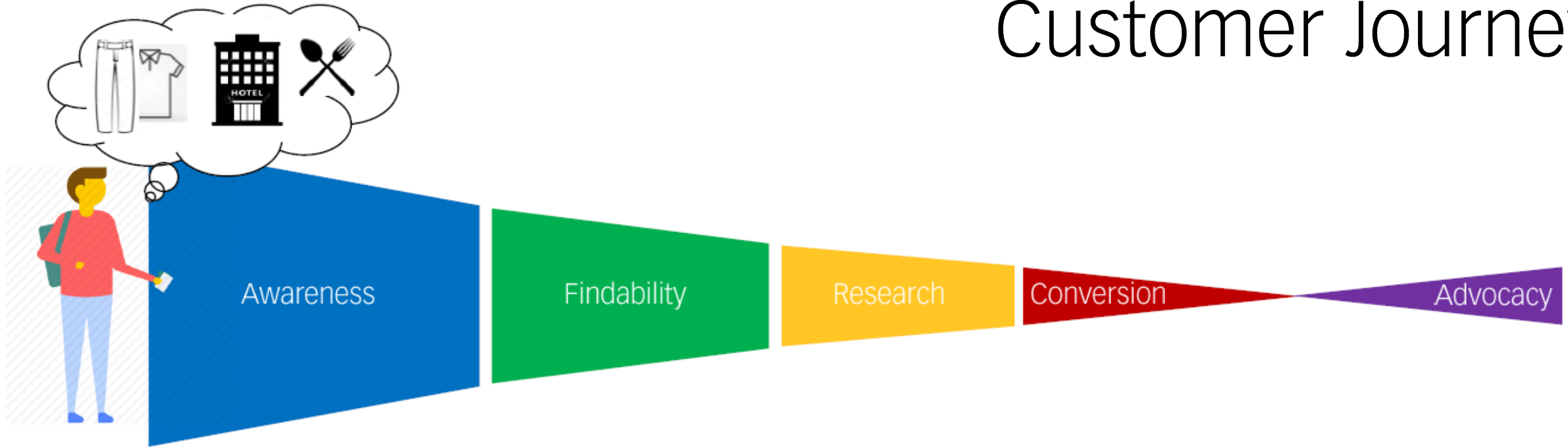


November 2021

Kundenbindung

Customer Journey



Interest & Awareness

Social Media / E-Mail Marketing
YouTube / Video Ads
Display Werbung
TV / Inserate
Zeitung / Magazine / Radio
Mündliche Empfehlung

Unsere Leistungen: Google Ads:
Displaykampagnen, YouTube Ads, Social
Media

Search

Search Engine Advertising (SEA)
Suchmaschinenoptimierung (SEO)
Apps / Google Maps

Unsere Leistungen: Google Ads:
Suchkampagnen, Eigenbrand-
kampagne, SEO, Google MyBusiness

Research

Blogs / Artikel
Kundenrezensionen
Social Media
Portalmarketing
Mündliche Empfehlung

Unsere Leistungen:
Remarketing, Social Media,
Online Reputation, Google
MyBusiness

Purchase

Website
Online Buchung
Kauf via App
Buchungsmaschine
Kauf im Shop

Unsere Leistungen: Webanalyse,
Webdesign, Strategische Beratung,
Conversion Tracking, Pricing

Experience

Social Media
Blog
Kundenrezensionen
Kundenbindungsprogramme
Mündliche Weiterempfehlung

Unsere Leistungen: Social Media,
Online Reputation, Marketing
Automation

Digital Marketing

Suchmaschinenoptimierung

Webdesign

Webtools

Marketingautomation

- Exklusive Angebote für Kunden
- z.B. via Newsletter von einem Spezialangebot profitieren – andere Kunden erfahren es erst später (Early-Bird)
- Geburtstagsaktion → Rabatt am Geburtstag
- «Follow-Up-Mails → Hinweis auf Bewertung oder Geschenk

Google Ads: Dynamisches Remarketing

- Beim Dynamischen Remarketing werden Display Anzeigen personalisiert, je nachdem, welche Produkte oder Dienstleistungen die Nutzer auf der Seite angesehen haben.
- Folgende Ausspielungen sind möglich:
 - Anzeigen für „Nutzer, die ein Produkt angesehen haben“ beinhalten sowohl die angesehenen Produkte wie auch empfohlene oder ähnliche Artikel.
 - „Nutzer, die den Warenkorb ohne Kauf verlassen haben“ erhalten einen Mix, der insbesondere die Produkte des Warenkorbes beinhaltet, aber auch weitere angesehene und verwandte Artikel enthält.
 - „Frühere Käufer“ wiederum sehen Werbung mit Produkten, die zu den bestellten Artikeln passen, aber auch Top-Artikel der Website.

Website: Personalisierung

- Ziele: Steigerung Conversion-Rate, Verbesserte User-Experience, Höhere Kundenbindung (Wiederkehrende Besucher), ...
- Dank dem AIDA-Modell – Aufmerksamkeit erzeugen, Interesse wecken, Begehrlichkeit auslösen, Handlungsaufruf einbinden.
- Nutzerverhalten analysieren: z.B. Wie verhalten sich Nutzer, die von Instagram kommen, im Gegensatz zu Usern von Google?
- Segmentierung: Nach Ort, Nach Alter oder Geschlecht, Nach Device oder Browser, Nach Kanal, Nach Sitzungsdauer oder Verhalten.

Social Media

- Besondere Angebote für Fans / Followers
- User-Generated-Content (UGC) – Nutzer dazu animieren «Corporate» Hashtag zu benutzen und Beiträge zu veröffentlichen – diese können dann vom Unternehmen geteilt werden.
- Wettbewerbe z.B. Adventskalender
- Community Management
- Support durch Chat-Funktion (Automatisierte Nachrichten)



Digital Sense
c/o Home of Innovation
Klosterstrasse 34
8406 Winterthur

Tourismusconsult GmbH
c/o Home of Innovation
Klosterstrasse 34
8406 Winterthur