

Zusammenfassung des Online-Seminars#7:

10 Marketingtipps, die Sie ohne Kosten direkt in Ihre Arbeit integrieren können

1. UTM-Parameter

UTM-Parameter unterstützen bei der Analyse, über welchen Kanal die Teilnehmenden zum Kurs gelangt sind. Es ist eine Verlängerung der URL, in der angegeben wird, ob die Anmeldung über den Link bspw. des Newsletters oder einer Postkartenaktion vorgenommen wurde.

Dadurch hat man die Möglichkeit zu erkennen, welche Aktionen bzw. Kanäle bei den Zielgruppen funktionieren und wo man sich die Kosten sparen kann.

UTM-Generator:

<https://ga-dev-tools.web.app/campaign-url-builder/>

Bsp. URL mit UTM-Parameter

https://www.lesting.org/leistungen/?utm_source=zoom&utm_medium=cpc&utm_campaign=kefb

QR-Code Generator

<https://www.qrcode-generator.de/>

2. Google my Business

Überprüfen, ob der Eintrag der eigenen Einrichtung aktuell ist. Die Grunddaten pflegen vor allem die Öffnungszeiten. Hier auch die Option für weitere Öffnungszeiten nutzen für bspw. Feiertage etc.

Auch die Möglichkeit nutzen einen Beitrag zu erstellen und so die eigenen Kurse bewerben.

3. Facebook

Auf Beiträge reagieren und so mit Interessierten interagieren.

Bei einem positiven Kommentar, ein Gefällt mir, Herzchen etc. die Person einladen.

4. H1 & H2-Überschriften

Auf der Homepage bzw. gewünschten Internetseite die F12-Taste drücken. Dadurch öffnet sich der Entwickler-Browser, der einem die einzelnen Elemente der Seite als Code anzeigt. Hier kann man dann auch sehen, ob meine Überschriften H1-Überschriften oder H2/H3-Überschriften sind.

Es sollte auf der Seite nur eine H1-Überschrift geben.

Es sind aber mehrere H2- und H3-Überschriften möglich.

Der Sachtitel ist die H1-Überschrift und nicht der kreative Titel. Dadurch wird die Seite besser von Google gefunden.

Die obere Überschrift ist die H1-Überschrift.

Bei Kursbeschreibungen:

Die H1-Überschrift beinhaltet den Sachtitel bzw. kursbeschreibende Informationen.

Zwischenüberschriften nicht „Fett formatieren“, sondern als H2 oder H3 definieren und die Formatierung technisch einstellen.

„Fett formatiert“ wird nur im Text.

H1-, H2-, H3-Überschriften enthalten sachliche Informationen und keine kreativen Formulierungen. In H2-Überschriften können bspw. Informationen für Partner oder Vorteile für Eltern hinterlegt werden.

Schlagzeilen werden nicht als Überschriften gekennzeichnet, allerdings prominent formatiert.

5. W-Fragen Tool

Dieses Tool gibt Aufschluss darüber, nach welchen Fragen bei Google gesucht wird.

Es wird ein Schlagwort in das Tool eingetragen und dann wird angezeigt, nach welchen Fragen die Nutzer googeln. Diese Fragen können dann eventuell im Inhaltstext verwendet werden, um über Google besser gefunden zu werden.

Dies kann auch gerne für die Landingpage genutzt werden.

<https://www.w-fragen-tool.com/>

6. Motion leap

Motion leap ist ein Tool, das es ermöglicht statische Bilder zu animieren. Die so animierten Bilder können als Eyecatcher für Instastorys oder die Homepage verwendet werden.

7. Newsletter

Als Beispiel für einen sehr gut und effektiv gestalteten Newsletter sehen Sie sich den von depak (Deutsche Presse Akademie) an.

Es ist wichtig bei einem Newsletter den Fokus auf das zu legen, was ich erreichen will, zum Beispiel auf die Veranstaltung.

Die wichtigen Informationen sind im oberen Drittel des Newsletters. Sie wiederholen sich und es wird sich aufs wesentliche fokussiert.

Nochmal das wichtigste steht oben, über dem Vorwort und auch über dem Leiter.

Zur Unterstützung Emails über mailjet versenden. <https://www.mailjet.de>

Newsletter in Segmenten einrichten.

Kurse, die noch Anmeldungen benötigen, werden nach oben gestellt.

8. Remove.bg

Remov.bg ist ein Tool, das es ermöglicht, Bilder leicht zu trennen.

<https://www.remove.bg/de/upload>

9. Mit PowerPoint Canva bauen

Bei PowerPoint in den Bearbeitungsmodus gehen und hier die Vorlagen erstellen. Das gewünschte Format einstellen und als PNG speichern.

Verwendbar für Beiträge und Posts auf Instagram oder der Homepage.

10. Rezensionen

Bei Rezensionen ist es wichtig 5 Sterne anzugeben, da Google nur einen oder fünf Sterne kennt.

Schon mal anfangen, in dem man Kollegen bittet die Einrichtung zu bewerten/bewerben.

Kontakte ansprechen und um eine Rezension bitten. Geschieht dies per Mail, dann sehr, sehr kurz. Vielleicht auch schon einen Textbaustein und den Link für die Rezension mit der E-Mail mitschicken.

https://g.page/r/CYrlcV0k_s8TEAg/review

Bittet man in einem persönlichen Gespräch um eine Bewertung, dann wird erklärt, warum eine 5 Sterne Bewertung erbeten wird.

Reflektieren Sie, was Sie positives tun, wenn Ihnen das bewusst wird, werden Sie auch spruchreif und können andere überzeugen, eine positive Rezension zu schreiben. Dann haben Sie einen guten Multiplikatoren-Effekt.

Eine Rezension bringt im Schnitt 4-5 neue Kunden.

Wichtig ist auch, dass Sie auf Rezensionen zeitnah antworten. Dies geschieht über Google Business. <https://business.google.com/>