

Durch Online-Marketing-Strategien im Gespräch bleiben – nicht nur während der Corona-Zeit

Drei Online-Marketing Ratschläge:

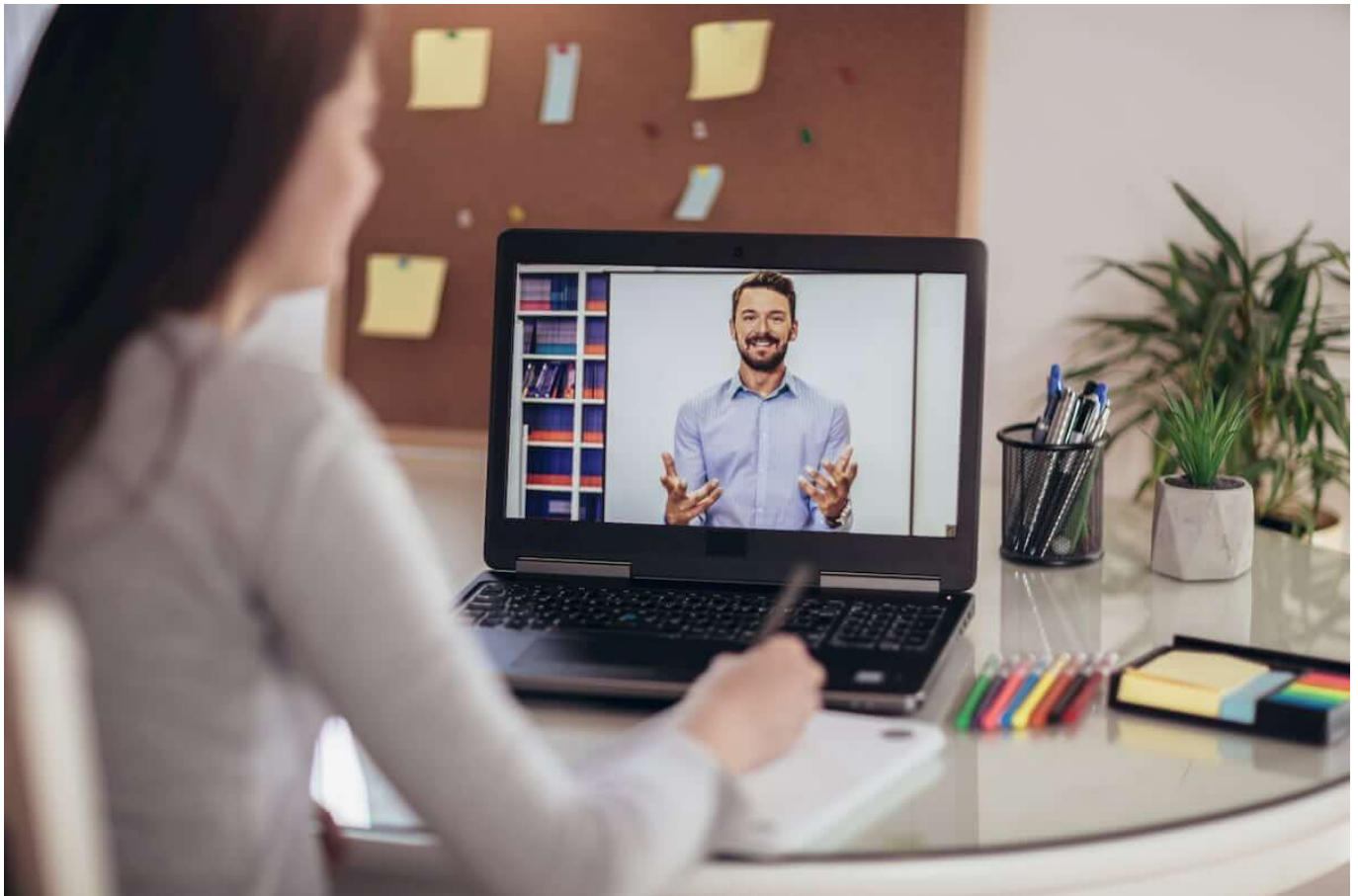
Die Corona-Krise stellt immer noch das Leben vieler Menschen und vor allem Unternehmen auf den Kopf. Durch Maßnahmen wie Ausgangsbeschränkungen, Ladenschließungen und das Stilllegen von Betrieben mussten viele Firmen umdenken und neue, kreative Wege finden, um die Kundenbindung während dieser Zeit zu halten.

Mittlerweile wurden zwar viele Beschränkungen wieder aufgehoben, dennoch können kreative [Online-Marketing-Strategien](#) weiterhin genutzt werden, um lang anhaltend im Gedächtnis der Zielgruppe zu bleiben und sich dauerhaft von Mitbewerbern abzuheben. Kurzum: es lohnt sich, auch nach der Corona-Zeit im Gespräch zu bleiben.

Doch wie kann das konkret aussehen? In diesem Blogartikel stellen wir Euch mehrere mögliche Wege vor.

Tipp 1: Live is Life: bietet Eure Dienstleistungen online an

Dies ist wohl die nahe liegendste Möglichkeit, um für Eure Kunden präsent zu bleiben. Dienstleistungen, welche die körperliche Anwesenheit der Kunden erfordern, sind von der Corona-Krise besonders stark betroffen. Jetzt ist Einfallsreichtum gefragt. Nutzt die Möglichkeiten, die euch das Online Marketing bietet und stellt Euren Service weiterhin für bestehende und potenzielle Kunden zur Verfügung. Das funktioniert freilich nicht bei jeder Dienstleistung, mit etwas Kreativität aber bei sehr vielen!



Auch online lassen sich vielen Dingen zeigen, erklären oder verkaufen.

Besitzer einer Tanzschule können sich beispielsweise die Live-Videofunktion von YouTube, Instagram, Facebook & Co. zunutze machen und ihren Tanzschülern einfach live die richtigen Tanzschritte zeigen, was vor allem im Bereich der Singletänze gut realisierbar ist. Besonders praktisch hierbei: durch die Kommentarfunktion können die Teilnehmer zwischendurch Rückmeldung geben und etwa um die Wiederholung einzelner Tanzbewegungen bitten oder einfach allgemein Fragen stellen. Das gleiche Prinzip funktioniert natürlich auch bei anderen Sportangeboten, wie Yoga, Zumba etc.

Ihr führt ein kleines, aber feines Bekleidungsgeschäft, das sich durch Kundennähe und persönliche Beratung auszeichnet? Darauf müsst Ihr auch während der Corona-Zeit nicht verzichten. Durch die Live-

Video-Funktion könnt Ihr Euren Kunden neue Kleidungsstücke präsentieren, Tipps zum Styling geben u. v. m. – und anschließend kann die Kleidung gleich in Eurem Online Shop erworben werden. Eure Kunden werden diesen Service und die persönliche Note garantiert zu schätzen wissen.

Allgemein empfehlen wir Euch, feste Tage einzurichten, an denen Ihr live geht, und Eure Kunden vorab auf Eurer Website und/oder per Newsletter zu informieren. So stellt ihr eine möglichst hohe Zuschaueranzahl sicher, da sich Eure Kunden zeitlich auf die Termine einstellen können und die Videos nicht untergehen.

Obwohl Ihr auf diese Weise zwar häufig erst einmal nicht mehr Umsatz generiert, so bietet Ihr dennoch weiterhin einen Mehrwert für Eure Kunden und werdet nicht vergessen. Und auch wenn Ihr schließlich Eure Pforten wieder öffnen könnt, bietet sich die Möglichkeit der Live-Videos auch nach der Krise an, um vor allem potenzielle Kunden neugierig auf Eure Angebote zu machen und einen ersten Vorgeschmack zu liefern, was sie bei Euch erwartet. Auf diese Art und Weise gewinnt ihr mit der Zeit zunehmend neue Kunden dazu.

Tipp 2: Reagiert auf geänderte Bedürfnisse

Eines ist abzusehen: Einige der Maßnahmen, die zur Eindämmung der Pandemie ergriffen wurden, werden uns trotz der Lockerungen noch eine ganze Weile lang begleiten. Dazu zählen sämtliche hygienische Vorschriften und Abstandsregelungen, deren Umsetzung in einem Mehrbedarf ganz unterschiedlicher Produkte resultiert – Stichwort Mundschutz & Co. Macht Euch diese geänderten Bedürfnisse zunutze, indem Ihr die Produkte mit in Euer Sortiment aufnehmt und, falls möglich, idealerweise noch auf Eure Branche abstimmt.



Die Corona Krise hat auch die Bedürfnisse eurer Kunden geändert. Reagiert darauf.

Ihr kümmert euch als Veranstaltungsagentur normalerweise um Technik und Organisation großer Events, wie Hochzeiten, Konzerte, Tagungen etc.? Dann bietet Euren Kunden anstelle von Scheinwerfern und Bühnen doch Equipment an, das jetzt dringender gebraucht wird, wie Plexiglaswände und Absperrband.

Besitzer eines Online Shops sind natürlich prädestiniert dafür, zusätzlich Mund-Nasen-Schutzmasken mitaufnehmen. Ihr solltet den Käufern hierbei unbedingt die Möglichkeit bieten, die Masken individuell gestalten zu können (Drucke, Stickereien etc.). Bei Euren Kunden wird dies sicher gut ankommen, denn

dadurch können sie aus der Not eine Tugend machen und den verpflichtenden Mundschutz zumindest optisch dem persönlichen Geschmack anpassen. Oder ihr packt ab einem bestimmten Bestellwert ein kleines Handdesinfektionsgel gratis obendrauf.

Euch fallen sicher noch mehr Möglichkeiten ein, auf die durch Corona hervorgerufenen geänderten Bedürfnisse Eurer Kunden zu reagieren. Wichtig ist hier generell immer, dass Ihr deutlich auf Eure neuen Angebote aufmerksam macht und bereits auf der Startseite auf diese hinweist.

Tipp 3: Weckt das innere Kind durch Gamification

In jedem von uns steckt ein Spielkind – eure Kunden sind da keine Ausnahme. Gerade in der Corona-Zeit verbringt man darüber hinaus überdurchschnittlich viel Zeit in den eigenen vier Wänden und sehnt sich nach Abwechslung. Zeit, die Langeweile zu beenden: nutzt das Prinzip der Gamification und fesselt die Kunden spielerisch an Eure Seite – im Hinblick auf die Suchmaschinenoptimierung erhöht sich so ganz nebenbei der Traffic auf der Website und damit das Ranking in den Suchmaschinenergebnissen.



Gamification sorgt für Abwechslung.

Bietet beispielsweise kleine Rätsel und Gewinnspiele an. Für Abwechslung sorgt auch eine Schnitzeljagd, bei der Ihr bestimmte Symbole auf den einzelnen URLs Eurer Website einbaut, welche der Besucher nach und nach finden und anklicken muss, um wiederum zum nächsten Symbol zu gelangen. Am Ende winkt dann ein zu Eurer Branche passender Gewinn, wie z. B. ein Rabattcode für Eure Produkte oder ein Gutschein für eine Gratis-Trainingsstunde in Eurem Fitnessstudio, sobald Ihr wieder öffnen dürft.

Wichtig: Denkt Euch regelmäßig neue Rätsel, Gewinnspiele, Schnitzeljagden o. Ä. aus. So sorgt Ihr dafür, dass Eure Kunden am Ball bleiben möchten und Eure Seite immer wieder aufsuchen, was sich

zusätzlich positiv auf die Relevanz der Website für Google und Euer Ranking auswirkt.

Fazit: Nicht nur Corona ist in aller Munde – Euer Unternehmen sollte es auch sein

Eines ist deutlich geworden: Im Gespräch zu bleiben bringt langfristigen Erfolg und sollte auch fernab von Corona & Co. angestrebt werden. Durch Einfallsreichtum und dem Schaffen von Mehrwert bleibt Ihr Euren Kunden im Gedächtnis und könnt Euch mit der Zeit über einen stetig wachsenden Kundenstamm und mehr Umsatz freuen.

Darüber hinaus steigen die Besucherzahlen und der Traffic auf Eurer Website, wodurch sich Euer Ranking in den Google Suchergebnissen nachhaltig verbessert, was wiederum zu steigenden Klicks und noch mehr Kunden führt. Ein Kreislauf also, von dem am Ende beide Seiten profitieren.

Ihr kennt noch weitere Möglichkeiten, durch kreative Online-Marketing-Strategien im Gespräch zu bleiben, die wir hier nicht genannt haben? Dann schreibt uns gerne, wir sind laufend auf der Suche nach neuen Ideen, um Unternehmen und Dienstleister auch fernab der Corona-Krise zu unterstützen.

Weitere Tipps für die aktuelle Situation findet ihr hier:

[SEO-Tipps für die Corona-Krise](#)

[Linkmarketing Tipps vor und nach Corona](#)

[Vorsicht während Corona: Abmahnungen für Lieferdienste](#)

[Unsere Tipps für die Anzeigen-Strategie während der Coronakrise](#)

[Tipps für E-Mail-Marketing in der Corona-Krise](#)

Titelbild © WindyNight / stock.adobe.com

Beitragsbild © Mediteraneo / stock.adobe.com

Beitragsbild © WindyNight / stock.adobe.com



Beitragsbild © Song_about_summer / stock.adobe.com

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX