

Onlinemarketing

Grundlagen

Thema	Mit Strategie, Psychologie & KI von der Idee zur erfolgreichen Kampagne
Inhalt	1. Einstieg: Was ist Online-Marketing? • Klassisches vs. digitales Marketing • Überblick über Kanäle: Website, SEO, SEA, Social Media, E-Mail, Content • Warum digitales Marketing heute unverzichtbar ist 2. Zielgruppen & Buyer's Journey verstehen • Was ist eine Persona? • Einführung in die Buyer's Journey 3. Ziele setzen mit der S.M.A.R.T.-Methode • Was bedeutet SMART? • Unterschied: Reichweite vs. Leads vs. Sales 4. Psychologie im Marketing – Warum Menschen wirklich kaufen • Emotionen als Basis von Entscheidungen • Psychologische Trigger: Social Proof, Verknappung, Reziprozität, Verlustangst • Limbisches System & Werbewirkung 5. Erste Schritte in Social Media • Welche Plattform passt zu meinem Unternehmen? • Content-Arten: Post, Reel, Story, Anzeige • Redaktionsplan für Einsteiger 6. KI & Tools im Marketing-Alltag • Tools wie ChatGPT, Canva, Mailchimp, Meta Ads • Einsatzmöglichkeiten: Postings, Anzeigen, Newsletter, Recherchen 7. Kampagnenstrategie & Erfolgsmessung • Strategische Kampagnenarten: Awareness, Consideration, Conversion • Erfolgsfaktoren für Sichtbarkeit: Zielgruppenfit, Wiedererkennung, Timing • KPIs im Blick: Klickrate, CTR, Conversion Rate, CPC
Zielgruppe	Existenzgründer, Jungunternehmer und Betriebsnachfolger
Referentin	Scarlett Anisieï, Sketch Room GmbH
Termin	Freitag, 26.06.2026, 13:30 – 17:30 Uhr



Ort	Schulungszentrum, Aufhausener Straße 3, 94424 Arnstorf
Investition	29 EUR brutto inkl. Seminarunterlagen und Tagungsgetränken
Anmeldung	Hans Lindner Stiftung, Marie Hlawatsch Telefon: 08723 20-3157, Fax: 08723 20-13170 E-Mail: Marie.Hlawatsch@Hans-Lindner-Stiftung.de