

## Checkliste

---

# Online-Marketing

## Grundlagen

Online-Marketing ist eine junge und anspruchsvolle Disziplin. Lassen Sie sich von dieser Checkliste inspirieren!

## Checkliste

### Instrumente

- Ist die Domain registriert und aktiv? (eigener Domainname z.B. www.firma.com)
- Sind Einträge in Suchmaschinen vorgenommen worden?
- Existieren Hyperlinks zu ähnlichen oder interessanten Homepages?
- Machen Banner, Newsgroups, Foren, spezielle Anreize (Wettbewerb, Quiz, interessante Dokumente, Downloads) o.ä. Sinn?
- Läuft die Firmenpräsentation?
- Ist der Online-Shop eingerichtet?
- Basieren Firmenpräsentation und Online-Shop auf einem schriftlich festgelegten Konzept?
- Sind Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Kompetenzen verteilt?
- Sind einfache Reaktionsmöglichkeiten bzw. schnelle Reaktionen auf Kundenwünsche und -anfragen möglich?
- Ist die Gestaltung optimal, d.h. übersichtlich, typographisch und visuell auf die CI abgestimmt, ohne die Geschwindigkeit zu beeinträchtigen?
- Ist die begleitende Kommunikation des Online-Auftritts geplant?
- Werden Online-Instrumente und -Massnahmen auf allen Unternehmensunterlagen, in Medien und auf Produkten bzw. Verpackungen genannt?
- Wurden Instrumente wie Newsgroups oder Foren auf ihre Eignung geprüft?
- Wurden spezielle Anreize (Wettbewerb, Quiz, interessante Dokumente, Downloads usw.) geprüft?
- Findet eine ständige Aktualisierung statt?

- Existieren einfache Reaktionsmöglichkeiten und wird schnell auf Kundenwünsche und -anfragen reagiert?
- Wird eine Erfolgskontrolle gemacht?

### **Fähigkeiten und Möglichkeiten**

- Kennen alle Mitarbeitenden die Internet- und die E-Mail-Adresse?
- Können die Mitarbeitenden ein E-Mail empfangen und versenden?
- Haben alle Mitarbeitenden Zugang zum Internet?
- Wissen alle Mitarbeitenden, wie man im Internet sucht und findet?
- Wird ein kürzerer Text nicht per Post, sondern als Anhang zum E-Mail versandt?

### **Integration des Internets in die Unternehmenskommunikation**

- Stimmt das Konzept als Kommunikationspfeiler nach aussen?
- Stimmt das Konzept als Kommunikationspfeiler nach innen?
- Stimmt die begleitende Kommunikation des Online-Auftritts?
- Ist die Internet-Adresse auf allen Unternehmensunterlagen, in Medien und auf Produkten bzw. Verpackungen erwähnt?
- Sind die Email-Adressen der entsprechenden Personen leicht zu finden?
- Ist die Gestaltung: übersichtlich, typographisch und visuell auf die CI abgestimmt, ohne die Geschwindigkeit zu beeinträchtigen?

### **Integration des Internet in die Betriebsabläufe**

- Werden sämtliche Anfragen umgehend beantwortet?
- Werden die Bestellungen täglich erledigt?
- Ist der Informationsfluss zwischen Einkauf, Bestellwesen, Auslieferung und weiteren betroffenen Prozessen eingespielt?