

Erfolgreicher im E-Commerce. 100 einfache Punkte, an denen Sie die Qualität Ihres Dienstleisters prüfen können.

Wer dieses Whitepaper lesen sollte?

Unternehmen, die im E-Commerce aktiv sind und Ihren aktuellen Dienstleister prüfen möchten oder gerade auf der Suche nach einem sind. Ebenso können Sie anhand dieser Punkte überprüfen, ob inhouse im Bereich E-Commerce alles richtig gemacht wird.

argutus gmbh
harffstraße 110a
40591 düsseldorf

tel.: +49(0)211 699.366.0
mail: buero@argutus.de

Einleitung

Kunden erwarten vom modernen Online-Shopping vor allen Dingen eins: es muss über mehrere Kanäle möglich sein. Am Multichannel-Shopping kommen E-Commerce-Betreiber heutzutage einfach nicht vorbei. Doch nicht dort, sondern im Omnichannel-Commerce liegt eindeutig die Zukunft erfolgreichen Online-Handels.

Kunden wollen nicht nur, dass ihnen ein einzigartiges Shopping-Erlebnis auf allen von ihnen verwendeten Geräten geboten wird. Sie wollen außerdem individuelle Angebote präsentiert bekommen, die auf ihren persönlichen Präferenzen und ihrem individuellen Suchverhalten basieren. Ebenso wichtig ist es, dass Händler ihren Kunden jederzeit Einblicke in die Lagerbestände und den Versandstatus aktueller Bestellungen gewähren.

Transparenz in allen Kanälen

Um ein Shopping-Erlebnis zu schaffen, das sowohl Kunden als auch E-Commerce-Betreiber zufriedenstellt ist besonders ein Faktor entscheidend: Transparenz. Sie muss dem Kunden in allen verfügbaren Kanälen gewährt werden, damit ihm alle Informationen zur Verfügung stehen, die er für eine fundierte Kaufentscheidung benötigt. Neben Real-Time-Informationen zu Lagerbeständen und dem Versandstatus oder einer vollständigen Kostentransparenz spielen noch weitere Erfolgsfaktoren eine wichtige Rolle. Gerade in den vier großen Bereichen Text, SEO, SEA und Social Media besteht bei einem Großteil der E-Commerce-Betreiber noch viel Optimierungsbedarf. Oftmals wird die Optimierung dieser Bereiche an Agenturen oder andere Dienstleister ausgelagert, da sie sehr zeitaufwendig ist, spezialisiertes Wissen erfordert und wertvolle Ressourcen beansprucht.

Den richtigen Dienstleister finden

Den richtigen Dienstleister für die verschiedenen Disziplinen zu finden ist nicht immer einfach. Das Angebot an potenziellen Agenturen ist groß und qualifizierte Entscheidungsgrundlagen gibt es nur selten.

Die folgenden Checklisten sollen Ihnen dabei helfen, innerhalb weniger Minuten festzustellen, ob Ihnen der richtige Dienstleister zur Seite steht oder ob Sie ihn besser wechseln sollten. Auf der nächsten Seite erfahren Sie, wie Sie die vier Checklisten zu den Bereichen Text, SEO, SEA und Social Media bearbeiten und auswerten müssen, um genau das herauszufinden.

Auch wenn Sie auf der Suche nach einem neuen Dienstleister sind, helfen Ihnen die Checklisten dabei einen wirklichen Profi zu finden. Fragen Sie potenzielle Kandidaten nach den einzelnen Punkten und prüfen Sie darauf hin auch mögliche Angebote. Denn ob Sie bereits einen Dienstleister haben oder erst noch einen suchen, die Punkte in den folgenden Checklisten gehören einfach zum Pflichtprogramm.

Inhouse geleistete Arbeit überprüfen

Die vier Checklisten zu den Bereichen Text, SEO, SEA und Social Media dienen nicht nur dazu, die Qualität Ihres aktuellen oder eines potenziellen neuen Dienstleisters zu überprüfen. Sie können anhand dieser 100 Punkte ebenfalls feststellen, ob Ihr inhouse abgestelltes Personal hochqualitative Arbeit leistet. Bearbeiten Sie einfach die Checklisten wie auf der nachfolgenden Seite beschrieben und ermitteln Sie ob und in welchem Maße Optimierungsbedarf besteht.

Verwendung und Auswertung der Checklisten

Folgen Sie dieser Step-by-Step-Anleitung, um mehr über die Qualität Ihres inhouse beauftragten Personals oder Ihrer Dienstleister in den Bereichen Text, SEO, SEA und Social Media zu erfahren. Sollten Sie in einem der Bereiche aktuell nicht aktiv sein oder keinen Dienstleister haben, lassen Sie ihn einfach aus. Die Checklisten können je Bereich separat ausgewertet werden.

Step-by-Step zum erfolgreichen E-Commerce-Business

- Whitepaper ausdrucken
- Fragen lesen & passende Antworten ankreuzen
- Anzahl der einzelnen Antwort-Optionen in die Auswertungsboxen am Ende jeder Checkliste eintragen
- Entsprechende Auswertung lesen und Optimierungs- und Handlungsbedarf feststellen
- Fertig!

Besonderheiten

In jeder der vier Checklisten werden Sie besonders hervorgehobene Fragen finden – die K.O.-Fragen. Haben Sie eine - oder sogar mehrere - dieser Fragen mit „Nein“ oder „Bin mir nicht sicher“ beantwortet, besteht bei Ihnen dringender Handlungsbedarf. In diesen Fragen geht es um absolute Basics des jeweiligen Themenbereichs, die Sie mit einem ganz klaren „Ja“ beantworten müssten. Können Sie das nicht, läuft etwas falsch oder Sie sind beim falschen Dienstleister.

Texterstellung

Die Texterstellung für den Bereich E-Commerce bzw. für Online-Shops folgt wie alle anderen Formen der schriftlichen Kommunikation klaren Regeln. Auch hier gibt es absolute Erfolgsgaranten und Umsatzkiller.

Textliche Fehler bsw. verringern die Usability, bedeuten Stress für den User und setzen seine Bereitschaft, sich weiter mit der Seite zu beschäftigen und ggf. etwas zu kaufen deutlich herab.

Ob Sie oder Ihr Dienstleister im Bereich Ihrer E-Commerce-Texte alles richtig gemacht hat, können Sie einfach anhand der folgenden Checkliste überprüfen:

	Ja	Nein	Nicht sicher
• Wurde Ihnen eine Zielgruppenplanung vorgelegt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden alle zuvor definierten Bedürfnisse von Shop-Besuchern in den Texten angesprochen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Sind alle Texte orthographisch & semantisch einwandfrei?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Wurde Ihnen die Erstellung von Unique Content zugesichert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Wurde die Mindestanzahl der Wörter je Textart vor der Erstellung analysiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden alle gängigen Meta-Tags umgesetzt und genutzt (Title & Description)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden alle Texte im Wording Ihrer Corporate Communication erstellt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden alle Texte auf Basis eines zuvor erstellten Keyword-Konzepts erstellt bzw. überarbeitet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde der Fokus der Texte auf die Produkte gelegt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde vor der Erstellung die Kernaussage jedes einzelnen Textes definiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde die Kernaussage bzw. die wichtigste Information im Text immer zuerst genannt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Werden alle Produktbeschreibungen und -informationen immer „up-to-date“ gehalten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Calls-To-Action mit Nutzwert verwendet („Kauf mich, um dich wohler zu fühlen“ statt nur „Kauf mich“)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Ja	Nein	Nicht sicher
✓ Findet im Rahmen von Produktbewertungen eine Content-Individualisierung statt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden alle Texte für User und Suchmaschinen gut strukturiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden die Texte – wo möglich - mit Bildmaterial angereichert & strukturiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden alle verwendeten Bilder mit Title und alternativem Text versehen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden innerhalb der Texte thematisch sinnvolle Verlinkungen vorgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Schriftart und Schriftgröße an die Zielgruppe angepasst?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesamtanzahl Antworten:			

Auswertung

Sie haben mehr als 15 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Herzlichen Glückwunsch! Im Bereich „Text“ besteht bei Ihnen nicht mehr viel Optimierungsbedarf. Die wenigen Fragen, die Sie mit „Nein“ oder „Bin mir nicht sicher“ beantwortet haben, geben lediglich die Richtung für das letzte Feintuning Ihrer Texte vor.

Sie haben mehr als 10 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Bei Ihnen besteht erhöhter Optimierungsbedarf. In diesem Ausmaß dürfte es keinesfalls vorkommen – gerade wenn Sie einen externen Dienstleister beschäftigen.

Sie haben weniger als 5 Fragen mit „Ja“ beantwortet

„Alarmstufe: Rot“. Sie haben an dieser Stelle erhöhten Handlungsbedarf. Stellen Sie intern Personal ab, die Baustelle schnellstmöglich zu beseitigen oder holen Sie sich durch einen externen Dienstleister fundiertes Knowhow ins Haus.

SEO

Das Projekt „Suchmaschinenoptimierung“ gestaltet sich für Online-Shops schwieriger als für reine Informationsseiten. Grund dafür sind die unterschiedlichen Suchanfragen. Entscheidend ist der richtige Umgang mit den Keywords. Die richtige SEO-Strategie, abgestimmt auf das eigene Geschäftsmodell, führt so zu einer guten Platzierung im Google-Ranking und ist deshalb ein entscheidender Bestandteil auf dem Weg zum Verkaufserfolg.

Ob Sie oder Ihr Dienstleister im Bereich SEO alles richtig gemacht hat, können Sie einfach anhand der folgenden Checkliste überprüfen:

	Ja	Nein	Nicht sicher
• Steht Ihnen ein persönlicher Ansprechpartner zur Verfügung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Ist Ihre Agentur in Notfall-Situationen schnell zu erreichen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Finden regelmäßige Statusmeetings (persönlich oder telefonisch) statt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Ihnen alle wichtigen SEO-Tools vorgestellt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Wurden zu Beginn der Zusammenarbeit Zielwerte festgelegt (CPL, CPO etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden KPIs definiert und abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde vor Beginn der Zusammenarbeit eine Wettbewerbsanalyse durchgeführt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde zu Beginn der Zusammenarbeit eine Zielgruppenanalyse durchgeführt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde eine detaillierte Ausgangsanalyse durchgeführt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden die Google Webmaster-Tools zur SEO-Optimierung eingerichtet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde Google Analytics (oder ein ähnliches Tool) zur Performance-Messung eingerichtet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wird fortlaufen überprüft, ob Ihre Website den sich ständig ändernden Anforderungen der Suchmaschinenbetreiber entspricht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden detaillierte Onpage-Optimierungsmaßnahmen mit Ihnen abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde eine Strategie zur strukturierten internen Verlinkung entwickelt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Ja	Nein	Nicht sicher
• Wird in regelmäßigen Abständen eine Duplicate Content-Prüfung durchgeführt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde auch der Page Speed Ihrer Website bei der Optimierung berücksichtigt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden alle wichtigen Faktoren im Bereich Mobile SEO berücksichtigt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde eine Sitemap in Form einer XML-Datei für Google, Bing & Yahoo erstellt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde ein Tool zum E-Commerce-Tracking installiert, z.B. Google Analytics E-Commerce-Tracking?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden detaillierte Offpage-Optimierungsmaßnahmen mit Ihnen abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde auf Basis der Ausgangsanalyse das Thema Linkbereinigung besprochen und ggf. umgesetzt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde eine ausführliche Bereinigung Ihres Linkprofils durchgeführt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wird regelmäßig eine ausführliche Backlink-Analyse durchgeführt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wird eine konstante Conversion-Optimierung durchgeführt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Sie über die Möglichkeiten der Verwendung von Rich Snippets aufgeklärt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde in Abstimmung mit Ihnen ein Google My Business-Eintrag erstellt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Werden die Ergebnisse der Trackinganalyse auch zur Optimierung verwendet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Erhalten Sie regelmäßig einen Ranking-Report?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Erhalten Sie regelmäßig einen Bericht über aufgebaute Backlinks?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Erhalten Sie regelmäßige Reports über Ihre erzielten Umsätze und die entstandenen Werbekosten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Gesamtanzahl Antworten:

Auswertung

Sie haben mehr als 25 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Was bleibt da noch zu sagen? Sie werden es selber schon wissen: Google liebt sie! Im Bereich SEO gibt es für Sie kaum noch Optimierungsbedarf. Lediglich ein paar wenige Maßnahmen gilt es in der nächsten Zeit umzusetzen, deren Fragen Sie mit „Nein“ oder „Bin mir nicht sicher“ beantwortet haben.

Sie haben mehr als 15 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Sie werden ziemlich zeitnah SEO-technisch einiges zu tun haben, denn bei Ihnen besteht ein stark erhöhter Optimierungsbedarf. Dieser dürfte in keinem Fall bestehen wenn Sie einen externen Dienstleister beauftragt haben.

Sie haben weniger als 15 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Im Bereich Suchmaschinenoptimierung besteht absolut dringender Handlungsbedarf um den Sie sich sofort kümmern müssen. Dafür stehen Ihnen zwei Optionen zur Verfügung: Sie beauftragen intern Personal mit der SEO-Optimierung und / oder ziehen einen externen Dienstleister zu Rate.

SEA

Für Online-Shops gehört Google AdWords einfach zum absoluten Pflichtprogramm. Mit einer gut aufgestellten Kampagne lassen sich Produkte effektiv und zielgerichtet an den Kunden bringen. Eine deutliche Steigerung der Verkaufszahlen ist möglich – entscheidend sind hierfür zwei Dinge: die zum Geschäftsmodell passende Strategie und eine konstante Performance-Überwachung und Verbesserung. Besonders der letztgenannte Punkt wird von vielen Shop-Betreibern oft vernachlässigt.

Aus diesem Grund ist es empfehlenswert, die Betreuung einer Google AdWords-Kampagne outzusourcen oder intern geschultes Personal abzustellen. Welche ToDo's Sie oder Ihr Dienstleister konstant erledigen müssen und worauf Sie bei der Zusammenarbeit achten sollten, erfahren Sie anhand der folgenden Checkliste.

	Ja	Nein	Nicht sicher
✓ Arbeiten Sie mit einer offiziell zertifizierten Google Partner-Agentur zusammen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Steht Ihnen ein persönlicher Ansprechpartner zur Verfügung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Finden regelmäßige Statusmeetings (persönlich oder telefonisch) statt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Sie über alle relevanten SEA-Tools informiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde Google Analytics (oder ein ähnliches Tool) zur professionellen Websiteanalyse eingerichtet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Sie über alle relevanten Trackingmethoden informiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Wurden zu Beginn der Zusammenarbeit Zielwerte festgelegt (CPL, CPO etc.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Conversion-Ziele festgelegt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Wurde ein Conversion-Tracking zur Performance-Messung eingebaut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Werden Brandbidding und die Aktivität von Affiliates im Bereich SEA regelmäßig überwacht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden optimierte Landingpages für Ihre AdWords-Kampagne erstellt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Ja	Nein	Nicht sicher
• Wurden vor der Kampagnenerstellung Zielgruppen definiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde eine Analyse vorgenommen, wann die Aussteuerung Ihrer Anzeigen besonders lohnenswert ist?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden die verwendeten Gebotsstrategien mit Ihnen abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden die verwendeten Gebote auf unterschiedliche Endgeräte angepasst (Mobiltelefone, Tablets, Desktop-PCs)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Werden Budgets für im Such- und Displaynetzwerk geschaltete Anzeigen getrennt verwaltet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden die geschalteten Anzeigengruppen (möglichst) monothematisch organisiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Orientieren sich alle geschalteten Textanzeigen an Ihrer Corporate Communication?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden alle relevanten Anzeigenerweiterungen hinzugefügt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Wurde eine Google Shopping-Kampagne erstellt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde die Google Shopping-Kampagne anhand der Shop-Kategorien abgestuft?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden alle Felder gemäß der Datenfeed-Spezifikation in den Datenfeed aufgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wird regelmäßig Datenfeed-Optimierungen durchgeführt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Werden innerhalb der Google Shopping-Kampagne Inventarfilter verwendet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde mit Ihnen besprochen, ob die Schaltung von Kampagnen im Display-Netzwerk sinnvoll ist?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Orientieren sich alle geschalteten Displayanzeigen an Ihrem Corporate Design?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Werden regelmäßig A/B-Testings durchgeführt, ausgewertet sie und deren Ergebnisse umgesetzt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Ja	Nein	Nicht sicher
• Wird eine konstante Conversion-Optimierung durchgeführt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde mit Ihnen besprochen, ob die Schaltung von Remarketing- bzw. Retargeting-Kampagnen sinnvoll ist?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Erhalten Sie mindestens einmal im Monat Performance-Reports?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Erhalten Sie regelmäßige Reports über Ihre erzielten Umsätze und die entstandenen Werbekosten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesamtanzahl Antworten:			

Auswertung

Sie haben mehr als 25 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Das ist ein sehr gutes Ergebnis, das sich mit höchster Wahrscheinlichkeit in AdWords-Kampagnen mit hohen Conversion-Raten bemerkbar macht. Wir gratulieren! Erfolgen weiterhin eine konstante Performance-Überwachung und regelmäßige A/B-Testings müssen Sie sich keine Sorgen mehr machen.

Sie haben mehr als 15 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Im Bereich AdWords sieht es nicht gut aus für Sie. Es besteht sehr dringender Handlungsbedarf, um den Sie sich unbedingt kümmern müssen. Am besten setzen Sie sich mit einem zertifizierten Google AdWords-Spezialisten zusammen, um gezielte Optimierungsmaßnahmen zu definieren.

Sie haben weniger als 15 Fragen mit „Ja“ beantwortet

In Ihrem AdWords-Konto herrscht „Alarmstufe: Rot“. Stellen Sie entweder geschultes Personal ab oder beauftragen Sie einen SEA-Profi der dafür sorgt, dass Sie Ihr Budget nicht sinnlos ausgeben.

Social Media

An Social Media kommt kein Unternehmen vorbei. Nicht nur Großunternehmen, sondern auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sollten einen Social Media-Auftritt, beispielsweise bei Facebook, pflegen. Auch für Online-Händler ist Social Media ein wichtiger Kommunikationskanal, der immer weiter an Bedeutung gewinnt. Derzeit ist Facebook mit knapp 85 % das meistgenutzte soziale Netzwerk von Online-Shops (Quelle: [Statista](#)).

Ob Sie oder Ihr Dienstleister im Bereich Social Media alles richtig gemacht hat, können Sie einfach anhand der folgenden Checkliste überprüfen:

	Ja	Nein	Nicht sicher
• Ist die Agentur auch in Krisen-Situationen gut erreichbar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Finden regelmäßige Statusmeetings (persönlich & telefonisch) statt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Werden Sie regelmäßig über neue Entwicklungen und Trends informiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde in Absprache mit Ihnen eine Krisenstrategie entwickelt und abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Sie über Verhaltensweisen im Falle von „Shitstorms“ aufgeklärt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Sie über die Rechtslage, z.B. bezüglich der Verwendung von Bildmaterial, aufgeklärt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Kommunikations-Zielgruppen mit Ihnen definiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden wichtige Meilensteine mit Ihnen definiert und abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Wurden KPIs definiert und abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Werden KPIs durch entsprechende Tools gemessen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden einzelne Touchpoints definiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurden Kanäle ausgewählt, die zu Ihrem Unternehmen und Ihrer Zielgruppe passen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde eine ganzheitliche Social Media-Strategie entwickelt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde eine Social Commerce-Strategie entwickelt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Ja	Nein	Nicht sicher
• Wurde ein kommunikativer roter Faden entwickelt, der zwischen den Social Media Maßnahmen und der Kommunikation in den anderen Unternehmenskanälen besteht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde Ihre Corporate Communication auf die Kommunikation in sozialen Netzwerken übertragen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wurde Ihr Corporate Design auf die Kommunikation in sozialen Netzwerken übertragen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Wird Content in Absprache mit Ihnen erstellt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verweisen Social Signals auf Ihre Website?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Erhalten Sie mindestens einmal pro Monat ergebnisorientierte Social Media-Reports?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesamtanzahl Antworten:			

Auswertung

Sie haben mehr als 15 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Fans, Likes, Shares – davon haben Sie wahrscheinlich genug. Dank einem ausgeklügelten und in sich stimmigen Social Media-Konzept sind Sie in den sozialen Netzwerken präsent, pflegen Ihr Image und steigern indirekt Ihre Umsätze. Gratulation!

Sie haben mehr als 10 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Das geht noch besser. Was den Bereich „Social Media“ angeht, sieht es zwar okay aus, aber es besteht dennoch ein stark erhöhter Handlungsbedarf. Zum Glück haben Sie die zu optimierenden Baustellen schon lokalisiert und müssen jetzt nur noch einen Social Media-Profi finden, der Ihnen bei der Optimierung zur Seite steht.

Sie haben weniger als 10 Fragen mit „Ja“ beantwortet

Sie können Ihr Social Media-Budget definitiv besser betreuen lassen! Schützen Sie sich, den Ruf Ihres Unternehmens und Ihren Umsatz. Der Umgang mit Social Media erfordert Fachwissen, das Sie entweder intern bereitstellen oder extern beauftragen müssen.

Fazit

Es ist nicht immer einfach, den richtigen Dienstleister bzw. die richtige Agentur zu finden. Gerade in der Online-Marketing-Branche gibt es zahlreiche Agenturen, die von sich selber behaupten „die Besten ihres Fachs“ zu sein. In dieser Situation ist es besonders hilfreich, einen Leitfaden zu haben, anhand dessen man in nur kurzer Zeit mehr über die Qualität des beauftragten Dienstleisters oder der jeweiligen Agentur erfahren kann.

Genau dabei soll das vorliegende Whitepaper Sie unterstützen.

Bei der Auswahl der Fragen wurde besonderes Augenmerk darauf gelegt, dass die wichtigsten Schnittstellen zwischen Kunde und Dienstleister berücksichtigt werden. Aus diesem Grund wurden technische Details und die Auflistung konkreter Maßnahmen in den einzelnen Bereichen bewusst nicht in die einzelnen Fragenkataloge mit aufgenommen.

Anhand der abschließenden Auswertungen sollen Sie erfahren, ob all die erwähnten Schnittstellen besprochen wurden und daraus folgend ein entsprechender Maßnahmenkatalog definiert wurde. Dabei sind einige Punkte wichtiger als andere, weshalb die sogenannten K.O.-Fragen eingeführt wurden. Hierbei handelt es sich um absolute Basics des jeweiligen Bereichs, für deren Nichterledigung es absolut keine Entschuldigung gibt.

argutus gmbh
harffstraße 110a
40591 düsseldorf
tel.: +49(0)211 699.366.0
mail: buero@argutus.de

