

# Marketingplan 2024

## Marketingplan von Stefan Noffke für Onlinehandel (Buch)

Gültigkeitszeitraum: 01.01.2024 – 31.12.2024

### I. Situationsanalyse (Analyse des Ist-Zustand):

Das Buch Onlinehandel – Von Goldgräbern und Sparfüchsen wurde bereits im Februar 2023 über ePubli und Amazon veröffentlicht. Es ist in Form eines Taschenbuches und in Form eines eBooks über diese und angebundene Partnerunternehmen erhältlich. Dieses wurde im Laufe des Jahres mehrfach aktualisiert und zwischen Weihnachten und Silvester 2023 im Buchsatz komplett überarbeitet und per 11.01.2024 in der finalen Version freigegeben. Nun geht es darum dieses Buch zu vermarkten. Folgende Vorarbeiten wurden bereits im Jahr 2023 durchgeführt:

### Online-Kommunikation

#### Erstellung einer Website:

Eine private Website wurde als zentraler Dreh- und Angelpunkt für Brand Building und die anschließende Vermarktung des Buches aufgebaut. Diese wurde mittels Wordpress erstellt und über den Dienstleister Strato gehostet. Die Kosten hierfür belaufen sich aktuell auf 1 € pro Monat ab Februar 2024 auf 8 €.



Diese Website dient ebenfalls der Erstellung von Blogbeiträgen, welche mit dem entsprechenden Content Traffic generieren und somit Leads erzeugen sollen. Die Website wurde u.a. mittels des Tools Yoast auf SEO-Basis optimiert. Sie entspricht den heutigen Anforderungen der Suchmaschinen, muss jedoch grafisch weiterhin optimiert werden. Dies darf jedoch nicht zu Lasten der Geschwindigkeit geschehen, da die Gewohnheiten der User mittels mobilen Endgeräten Websites aufzurufen und die damit verbundene Usability, stark von dieser abhängt.



Leistung



Barrierefreiheit



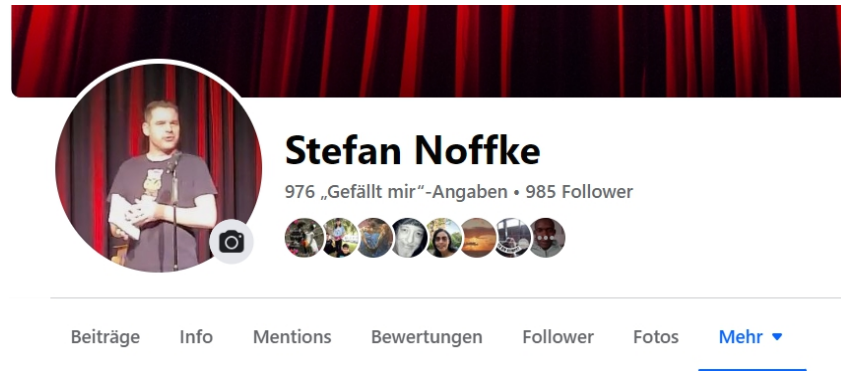
Best Practices



SEO

## Verwendung von Social-Media:

Es wurde eine neue Facebook Fansite erstellt (01.03.2023). Diese Fansite bildet den primären Social-Media Kanal ab und besitzt per Mitte Januar ca. 1000 Follower. Weiterhin wurde diese bereits in unregelmäßigen Abständen mit Fotos und Videos (Content) bespielt.



## Neben Facebook stehen noch folgende Social-Media Kanäle zur Verfügung:

- **YouTube** für kurze lustige Videos um Aufmerksamkeit für das Buch zu erzeugen und ebenso Buchlesungen durchführen zu können. Der YouTube Channel wurde bereits 2012 beansprucht, bis dato jedoch nicht gepflegt und im Rahmen der Kernmarke optimiert.
- **Instagram**, welches neben Facebook zu Meta gehört und somit ein besseres Handling durch den Business-Managers gewährleistet. Somit ist eine zentrale Pflege und Planung von Postbeiträgen möglich.
- **LinkedIn** als B2B-Netzwerk, welches lediglich zum teilen von Beiträgen für eine Erhöhung der Reichweite vorgesehen ist.

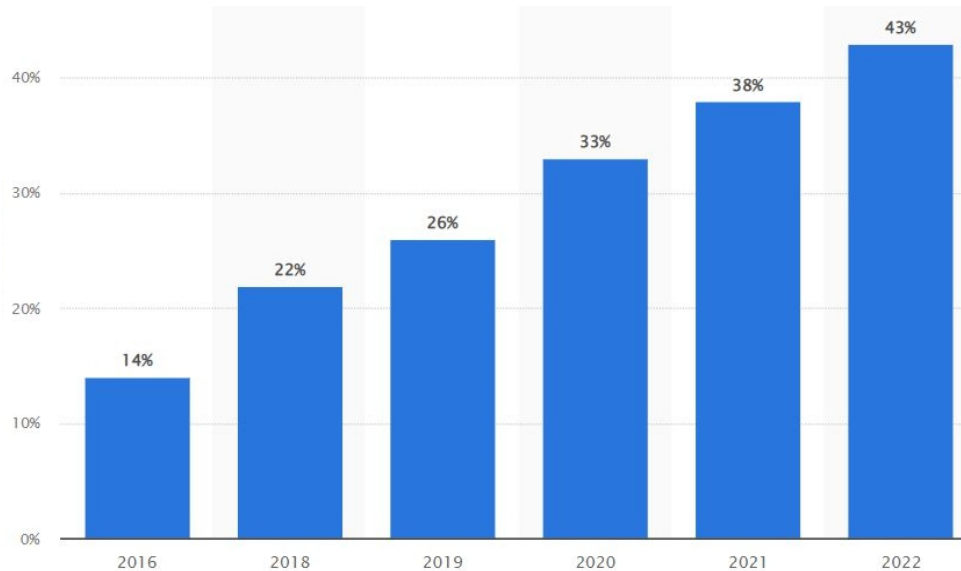
Im laufe des letzten Jahres stellte sich heraus, das die vorhandenen Kanäle X (ehemals Twitter), der erstellte TikTok Kanal und das per Dezember 2023 gelaunchte Threads von Meta nicht weiter fokussiert werden. Gründe hierfür sind u.a. die später nochmals aufgeführte Zielgruppe und personellen Ressourcen. Weiterhin eignen sich Kurznachrichtendienste wenig für die Vermarktung eines umfangreichen Werkes.

Inwiefern diese Kanäle in Zukunft erneut bespielt werden stellt in der aktuellen Ist-Analyse keine Relevanz dar. Ein teilen der Website mittels X ist über den Shariff Wrapper weiterhin möglich, um eventuelle Einbußen der Reichweite dieser zu reduzieren.



## Podcast:

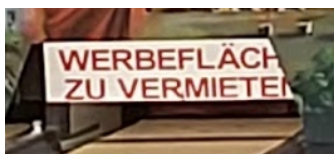
Weiterhin wurde im letzten Jahre ein Podcast erstellt, welcher aktuell durch diverse Namensänderungen lediglich über Spotify zu erreichen ist. Daten aus Marktanalysen zeigen eine Zunahme der Verwendung von Podcasts auf, so das die Verwendung innerhalb des Marketing-Mix unbedingt weiterhin stattfinden muss. Der bereits vorhandene Content wurde größten Teils wieder entfernt, da das Hörbuch diese produzierten Audiodateien wiedergibt.



Quelle: Statista (Screenshot Stefan Noffke)

## Offline-Kommunikation

- Information an die hiesige Tageszeitung (OTZ) mit anschließender Information durch diese in Printwerbung (17.04.2023) und zeitversetzt (03.06.2023) erneut. Ergebnis kurzfristige Zunahme des Website Traffic an exakt diesen Tagen.
- Kontaktaufnahme zu ansässigen Buchhandlungen mit bitte um möglich Buchlesung ohne Erfolg jedoch mit entsprechenden Hinweisen den Buchsatz zu überarbeiten, was mit einem Zeitversatz auch erfolgte.
- Erste Informationen zur Leipziger Buchmesse im Jahr 2024 mit Präsentation des Buches in laufendem Jahre.
- Zufall: Auf der Bowling Bahn die Option gesehen Werbefläche zu buchen und Informationen zur Preisgestaltung eingeholt. Anhand der Besucherzahlen dieser und des genannten Preises durchaus erwägenswert: Der TKP/CPM beläuft sich bei ca. 0,09 €.



Bis dato wurde innerhalb der Situationsanalyse lediglich die Kommunikationspolitik betrachtet und kurz auf das Produkt eingegangen. Zusammenfassend im Rahmen der „klassischen“ 4P lässt sich nun folgendes darstellen:

**Produkt:**

Onlinehandel - Von Goldgräbern und Sparfüchsen (Buch)

**Preis:**

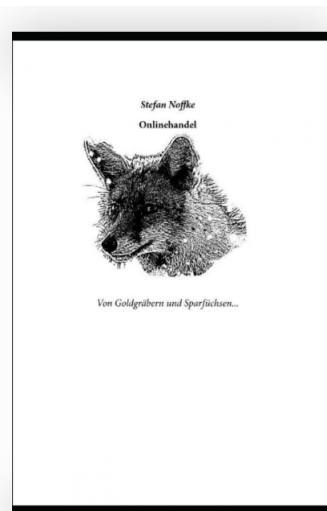
Taschenbuch 9,99 € / eBook 1,99 €

**Placement:**

Online: u.a.. Amazon, ePubli / Offline: u.a. Thalia, Weltbild über Vertriebspartner

**Promotion:**

Online: Website (Blog), Social-Media, Podcast / Offline: PR, Messen und Banner



## Onlinehandel

von **Stefan Noffke**

Der Fuchs hat hier mit dem Titel den Leser auf eine falsche Fährte geführt. Der Untertitel greift es wesentlich genauer auf. Von Goldgräbern und Sparfüchsen. Über Menschen und Unmenschen und Business.

**1,99 €** inkl. MwSt.

[IN DEN WARENKORB LEGEN](#)

Es gilt demnach festzuhalten, dass innerhalb des letzten Jahres das Produkt mehrfach angepasst wurde. Der Preis sich verändert hat. Die Platzierung (Online und Offline) weiterhin identisch bleibt und sich Kommunikationskanäle (Reduzierung von Social-Media) seit Veröffentlichung verändert haben. Auf Basis dieser o.g. Faktoren geht es nun darum einen fundierten Marketingplan für das Jahr 2024 zu erstellen.

Es soll nicht unerwähnt bleiben, dass weitere Marktanalysen bereits erfolgt sind. Unter anderem liegen Daten zu folgendem vor:

- Durchschnittspreis von E-Books
- Umsatzanteil von E-Books
- Umsatzanteil nach Vertriebswegen
- Zugänglichkeit Buchhandel durch Dienstleister

## **II. Definition des Marketingziels:**

Die Zielsetzung stellt einen elementare Baustein innerhalb des Marketingplanes dar. Im Idealfall sollte eine Zielsetzung auf Basis der SMART-Formel erstellt werden.

Das heißt:

- *Spezifisch*
- *Messbar*
- *Attraktiv*
- *Realistisch*
- *Terminiert*

Rollen wir an dieser Stelle die Sache von hinten nach vorn auf. Der Marketingplan gilt für das Jahr 2024. Die Vermarktung eines Buches sollte durchaus möglich sein. Das Ziel ist ziemlich Attraktiv. Messbar ist schon etwa komplexer, denn einige Ziele und damit verbundene KPIs sind Qualitativ und nicht Quantitativ. Somit schwer Messbar. Unter anderem das Branding. Spezifisch stellt m.M.n. das größte Hindernis dar, denn es muss konkret formuliert werden.

Und nun in die richtige Richtung und ohne Satire dazwischen.

- Specific - Die Vermarktung des Buches Onlinehandel.
- Measurable – Der Vertrieb von 1000 Einheiten.
- Achievable – Ich möchte etwas hinterlassen.
- Realistic – 87% der Weltbevölkerung können lesen.
- Time-bound – Ein Jahr steht hierfür zur Verfügung.

Somit wäre das Marketing-Ziel festgelegt (Sekundär).

*»Das Ziel ist die Vermarktung von 1000 Exemplaren des Buches Onlinehandel im Jahr 2024, da ich etwas der Nachwelt hinterlassen möchte und der Mensch in der Lage zu lesen ist.«*

**Die Bekanntheit und Reichweite steigern (Sekundär).**

## **III. Das weitere Vorgehen:**

### **Analyse der Zielgruppe und das Erstellen einer aktuellen Persona**

Für die Ausrichtung der anstehenden Maßnahmen welche zur Erreichung des Marketingzieles führen sollen wird der idealtypische Kunde (Persona) definiert. Hierzu werden bereits vorhandene Daten aus Facebook, sowie Erfahrungen zu Menschen herangezogen.

Um eine Persona zu erstellen ist es ratsam mit einer Zielgruppendefinition zu beginnen um diese entsprechend zu segmentieren d.h. eine Unterteilung durchzuführen. Hierzu habe ich bereits ein kleines lustiges Video erstellt. Dennoch ist mir bewusst, das nicht jeder Zuschauer das Video bis zum Ende gesehen hat.

<https://www.youtube.com/watch?v=8VTQjxh13ls>

Nun aber ohne Emil Ernst (E.T.), sondern auf Basis der Daten und auf Basis des logischen Denkens. Hinzu noch dem Faktor des Verständnis für gewisse Themen, welche ein Embryo in dieser Form nicht an den Tag legt (Separates Whitepaper).

## **IV. Der Marketingmix**

An dieser Stelle werden alle vorhandenen Mittel des Marketingsmixes nochmals aufgeführt und Maßnahmen abgeleitet.

### **1. Online-Marketing**

#### **Onpage und Offpage Optimierung der Website**

- Es gilt, wie Eingangs erfasst das Layout und die Gestaltung der Website zu verbessern unter der Prämisse keine Einbußen von Geschwindigkeit oder Reduzierung der Usability herbei zu führen.

#### **Blogbeiträge**

- Die Website muss weiterhin im Rahmen der Sichtbarkeit im Internet optimiert werden. Somit gilt es in regelmäßigen Abständen neuen Content für den Blog zu erstellen. Mittels Content Marketing und ansprechenden Inhalt soll die Website mehr Backlinks generieren, sich die Domain-Popularität erhöhen und die Autorität dieser gestärkt werden.
- Zusätzlich dienen die Beiträge als Linkziel für die Social-Media Präsenzen und sollen die Website als zentrale Anlaufstelle klarer herauskristallisieren. Die Beiträge bieten den Usern einen kostenlos zugänglichen Mehrwert zum Buch.

### **2. Social-Media-Marketing (SMM)**

#### **Facebook & Instagram:**

- Erstellung von kreativen Content mit Fokus auf Bilder und Kurzvideos (Reels).
- Im Rahmen von regulären Posts auf Facebook, Instagram und bei den YouTube Videos müssen aktuelle Richtlinien, sowie trendige Hashtags geprüft werden.
- Aktive Nutzung des Business-Managers zur Planung von anstehenden Beiträgen.

#### **YouTube:**

- Herstellung von längeren Videos und zur Nutzung von Live-Videos für z.B. Buchlesungen.
- Weiterhin die Einbindung der Erstellten Videos auf der Website als medialer Content.

#### **Podcast:**

- Aufnahme von Audiodateien und weiterer Ausbau der Verfügbarkeit des Podcast.
- Akkurate Pflege der Beschreibungen und Verwendung entsprechender Social-Signale

### 3. Offline Marketing

#### Buchmesse:

- Ausstellung des Buches auf der Leipziger Buchmesse im Zeitraum vom 21 – 24.03.2024.
- Zahlung der Gebühr für die Ausstellung ist bereits erfolgt.
- Zusendung zweier Exemplare bis spätestens Mitte Februar.
- Persönlicher Besuch der Buchmesse am 23 oder 24.03 um entsprechende Fotos für den Blog und Social-Media zu erstellen

#### Bowlingbahn:

- Bereits Online erstellten Werbebanner nach Erhalt dem Publisher zur Verfügung stellen.
- Jahresgebühr für den Werbebanner entrichten.
- Fotos vor Ort erstellen und diese für Social-Media aufarbeiten.

#### Presse / PR:

- Informierten, dass das ehemals geplante Hörbuch bereits veröffentlicht wurde und im Genre Hörspiel anzusiedeln ist.
- Im Anschluss Reaktionen auf Buchmesse und Bowlingbahn auswerten.

#### Stefan Noffke Marketing-Mix 2024

| Instrument                                      | Periodik                     | Kennzahlen   | Quelle:                          |
|---|------------------------------|--|----------------------------------|
| <b>Online:</b>                                  |                              |  |                                  |
| Onpage- und Offpage Optimierung<br>Blogbeiträge | Dauerhaft<br>1 – 2 pro Monat | Klicks und Impressionen, CTR und Position<br>Klicks und Impressionen, CTR und Position | Search Console<br>Search Console |
| <b>Social-Media:</b>                            |                              |  |                                  |
| Facebook  | 1 x pro Tag                  | Follower, Engagement-Rate, CR und Reichweite   | Business-Manager                 |
| Instagram                                       | 3 x pro Woche                | Follower, Engagement-Rate, CR und Reichweite   | Business-Manager                 |
| YouTube   | 1 x pro Woche                | Follower, Engagement-Rate, CR und Reichweite   | YT-Studio                        |
| Podcast   | 1 x pro Woche                | Follower, Widergraben, Impressions   | Spotify Analytics                |
| <b>Offline:</b>                                 |                              |  |                                  |
| Buchmesse                                       | Einmalig                     |  |                                  |
| Buchlesungen                                    | Geplant                      |  |                                  |
| Banner Bowlingbahn                              | Einmalig                     | Seitenzugriffe + SM Follower   | Search Console                   |