

# Strategisches Marketing Audit

## Internet-Marketing Checkliste



Für:

Datum:

Ihr Name:

### Ausfüllanleitung

In diesem Kapitel finden Sie alle relevanten Fragen betreffend des Internet-Marketings in Ihrem Unternehmen. Der Großteil ist durch einfaches Ankreuzen zu beantworten. Bei Fragen mit Anmerkungsmöglichkeiten tragen Sie bitte die wichtigsten Informationen bzw. einen groben Überblick in die dafür vorgesehenen Zeilen ein.

Umfangreichere Informationen schreiben Sie bitte gesondert dem Kapitel bei und tragen diese in die Checkliste weiter unten ein, oder per E-Mail zusenden.

Alles einscannen und dann an [laempe@laempe.de](mailto:laempe@laempe.de) zurück senden! Danke.

### Beilagen-Checkliste (Bitte tragen Sie hier alle Beilagen ein.)

	Beigefügt bzw. erledigt	Wird noch erledigt
Auswertungen und Reportings zum Online-Marketing (Besucherstatistiken, Aktionen, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suchbegriffs-Potenzial-Analysen (Keyword-Auswahl, Positionen, Suchvolumen, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zugriffsberechtigung für AdWords (falls vorhanden, Kundennummer mitteilen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zugriffsberechtigung für Google Analytics an <a href="mailto:laempe@laempe.de">laempe@laempe.de</a> erteilen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Strategisches Marketing Audit

## Internet-Marketing Checkliste

1. Ihre Website - Internet-Auftritt			
	Ja	Nein	Weiß nicht
Nutzen Sie Ihre Website stark für Ihr Business?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wie lautet Ihre Haupt-Domain-Adresse? <i>Bitte hier eintragen:</i>	WWW. _____		
Wie viele Besucher hat Ihre Website am Tag? <i>Bitte hier eintragen:</i>	_____ Besucher/Tag		
Wie viele Anfragen und Aktionen haben Sie am Tag über Ihre Website? <i>Bitte hier eintragen:</i>	_____ Aktionen/Tag		
Hat Ihr Unternehmen eine Website mit Informationen zu Ihren			
Angebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Anwendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Produkten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Preisen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ist die Website mit einem Content Management System (CMS) aufgebaut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Können interessierte Kunden auf der Unternehmens-Website Kontakt zu Ihnen aufnehmen, buchen oder etwas kaufen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist Ihre Website z.B. auf Wordpress aufgebaut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist die Buchbarkeit, das Kaufen einfach für den Internet-User?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist in der Website eine Buchungstechnologie oder Online-eShop (eCommerce) integriert bzw. wird es weitergeleitet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommt Ihre Positionierung und Einzigartigkeit in Wort und Bild eindeutig rüber?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wären Sie bereit, Ihre Website grundlegend zu überarbeiten und verkaufsorientierter zu gestalten, wenn es erforderlich ist?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es einen internen Internetbeauftragten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützt die Website Ihre Unternehmens-Strategie und Unternehmens-Ziele?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind die wichtigsten Punkten klar in der Navigations-Struktur erkennbar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind Ihre Navigationspunkte sinnvoll hierarchisch strukturiert, d.h. das Wichtige oben und gleich sichtbar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planen und budgetieren Sie Ihre Unternehmens-Werbung und das Internet-Marketing auf ein Jahr?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bietet Ihre Website Möglichkeiten für After-Sales, Kauf von Produkten und Services nach dem Kauf?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Strategisches eMarketing Audit

## Internet-Marketing Checkliste by Gerardo Laempe

### 2. E-Mail Marketing, Newsletter Marketing und Dialog-Marketing

	Ja	Nein	Weiß nicht
Sammeln Sie systematisch E-Mail-Adressen Ihrer Kunden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Verfügen Sie über Mitarbeiter, die sich mit dem Thema E-Mail-Marketing und Newsletter beschäftigen können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie viel bereinigte E-Mail-Adressen mit Versand-Erlaubnis (Permission) befinden sich in Ihrer Datenbank? <i>Anzahl bitte angeben:                      Stück:</i>			
Wollen Sie Ihren Kunden regelmäßig neue Angebote und Nutzen unterbreiten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wollen Sie Stammkunden detaillierter und mit Vorsprung informieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Gibt es einen ganzjährigen Redaktions-Themenplan?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Haben Sie aktuelle Informationen und Themen für Ihre Kunden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Sprechen Sie Ihre Kunden bereits mit postalischen Mailings an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Versenden Sie regelmäßig eine Kunden-Zeitschrift, einen Rundbrief oder Unternehmenskatalog?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ist das Dialog-Marketing im Marketing-Mix integriert und mit den Online Maßnahmen abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Pflegen und hegen Sie Ihre Kundendaten strukturiert in einer elektronischen Datenbank?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

# Strategisches eMarketing Audit

## Internet-Marketing Checkliste by Gerardo Laempe

3. Suchmaschinenmarketing (SEM & SEA)		
	Ja	Nein
Wissen Sie was „Performance-Marketing“ bedeutet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie Google AdWords (Pay per Click-Marketing) im Einsatz?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entspricht die Kampagnen-Struktur im AdWords Konto Ihrem Angebot und den Kundenbedürfnissen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind sie zufrieden mit Ihren AdWords-Anzeigentexten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Optimieren Sie zeitnah Ihre Landing-Pages (Zielseiten) bei abweichenden Ergebnissen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie in Google schon einmal nach Begriffen rund um Ihr Angebot gesucht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wurden Ihre Angebote oder die Ihrer Mitbewerber angezeigt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aktualisieren Sie Ihre Daten in Google Places bzw. Google Business?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interessieren Sie sich dafür, was Ihre Zielgruppe in Suchmaschinen eintippt, um Ihr Unternehmen bzw. Ihre Produkte und/oder Dienstleistungen zu finden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissen Sie welche Suchbegriffe zu Aktionen und Buchungen werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wollen Sie Ihren Unternehmens-Zielgruppen Ihr relevantes Angebot sofort präsentieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind Ihnen Maßnahmen wichtig, bei denen der Erfolg planbar und messbar ist?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Setzen Sie ein kontinuierliches Budget für Suchmaschinen-Marketing ein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wieviel Prozent von Ihrem Gesamt-Marketingbudget setzen Sie für Suchmaschinen-Marketing ein?		_____ %
Sind die verschiedenen Softwaretools miteinander richtig verbunden? z.B. Google AdWords mit Google Analytics und Webmastertools, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Strategisches eMarketing Audit

## Internet-Marketing Checkliste by Gerardo Laempe

4. Suchmaschinenoptimierung (SEO)		
	Ja	Nein
Wollen Sie Ihre Zielgruppe auch dann ansprechen, wenn diese nur nach allgemeinen Informationen sucht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wollen Sie bei Google im „organischen Index“ zu Ihren relevanten Suchbegriffen besser gefunden werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baut Ihr SEO Suchmaschinenoptimierungskonzept auf eine fundierte <b>Suchbegriffs-Analyse</b> auf?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interessieren Sie sich dafür, was Ihre Zielgruppen im Internet eintippen, um Ihr Unternehmen zu finden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie Ihre Suchbegriffs-Kette (Pfad /Customer-Journey) und die Suchbegriffs-Wort-Kombinationen die zu Ihrem Angebot führen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Würden Sie eine Maßnahme auch dann durchführen, wenn der Erfolg nicht im ersten Moment vorhersehbar ist?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betreiben Sie aktive Suchmaschinenoptimierung über <b>Linkaufbau</b> (Backlink-Akquise) für Ihre Unternehmens-Website?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messen Sie regelmäßig Ihre Positionen (Webranking) Ihrer wichtigsten Top10 Suchbegriffen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie spezielle Info-Sites oder Landingpages für Ihre Wunsch-Keywords angelegt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Führen Sie eine gezielte und wiederkehrende On-Page-Optimierung durch um die Positionen bei den Suchmaschinen zu verbessern?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nennen Sie hier Ihre wichtigsten Suchbegriffe, sortiert nach Wichtigkeit und Priorität:		
1.)		
2.)		
3.)		
4.)		
5.)		
6.)		
7.)		
8.)		
9.)		

# Strategisches eMarketing Audit

## Internet-Marketing Checkliste by Gerardo Laempe

5. Online-PR			
	Ja	Nein	Weiß nicht
Möchten Sie das Image Ihres Unternehmens in der Öffentlichkeit und im Internet positiv beeinflussen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wollen Sie Ihr Unternehmen außerhalb von Werbemaßnahmen bekannter machen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betreiben Sie bereits klassische PR?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeiten Sie mit einer externen PR-Agentur zusammen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist die klassische PR mit den Online Aktivitäten abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügen Sie bereits über nicht werbliche Fachinformationen, Pressetexte oder Fachtexte?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Besitzen Sie oder Ihre Mitarbeiter Fachwissen zum Themengebiet rund um Ihre Produkte oder Dienstleistungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie eigene Fotos oder Nutzungsrechte von guten Fotos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betreiben Sie bereits Storytelling?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist Ihr Unternehmen als kompetenter Ansprechpartner/Experte in Ihrer Branche positioniert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es für Ihren Kompetenzbereich spezielle Internetportale, Blogs und Foren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Können Sie als Unternehmer und Spezialist in Ihrem Bereich auf Fragen aus Ihrer Zielgruppe kompetent antworten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie kommunikationssichere Mitarbeiter, die sich mit Online-PR beschäftigen können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es auf Ihrer Website eine eigene Rubrik für den Presse-Bereich?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Strategisches eMarketing Audit

## Internet-Marketing Checkliste by Gerardo Laempe

### 6. Display-Marketing und Portal-Management

	Ja	Nein	Weiß nicht
Wollen Sie schnell, aktuell und einprägsam auf Ihr Unternehmen aufmerksam machen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schalten Sie Banner auf Portalen und Online-Magazinen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reicht es Ihnen, wenn Sie wahrgenommen werden, ohne dass daraus sofort ein Kundenkontakt entsteht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es Fach- oder Themenportale, die Ihre Zielgruppen vermehrt nutzen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lässt sich Ihre Zielgruppe gut nach Merkmalen wie Internetnutzung, Nutzungsschwerpunkten, Neigungen, Alter, Indikatoren oder Geschlecht eingrenzen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Machen Sie regelmäßig eine Portfolio-Bereinigung bzgl. der kostenpflichtigen Portal-Einträge?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind die Texte in den Portalen, Kooperationsgruppen und verweisenden Websites auf Ihr Angebot, Ziele und Alleinstellungsmerkmal (USP) abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 7. Social Media und Unternehmensbewertungs-Portale

	Ja	Nein	Weiß nicht
Wissen Sie was „Reputations-Management“ bedeutet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind Ihre Bewertungen auf den Unternehmensbewertungsportalen gut bis sehr gut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beobachten Sie regelmäßig die Einträge und Bewertungen Ihrer Kunden in den Bewertungsportalen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es ein internes Qualitätsmanagement, was die Reklamationen und Beschwerden kundenorientiert bearbeitet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügen Sie über Mitarbeiter, die sich permanent mit dem Thema „Social-Media“ und Facebook-Marketing beschäftigen können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie die monatliche Zunahme Ihrer Fans?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bieten Sie einen attraktiven und besonderen Nutzen auf Facebook an?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Strategisches eMarketing Audit

## Internet-Marketing Checkliste by Gerardo Laempe

### 8. Channelmanagement

	Ja	Nein	Weiß nicht
Wissen Sie was „Yield-Management“ und „Revenue-Management“ bedeutet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie eine Preisstrategie für die Online Kanäle?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läuft der Online-Vertrieb in Ihrem Unternehmen reibungslos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werden Buchungen und Anfragen zügig angenommen, bearbeitet und bestätigt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 9. Mobile Marketing und App

	Ja	Nein	Weiß nicht
Haben Sie auch eine mobile Website, speziell für Smartphones (wie iPhone, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hat die mobile Website mehrsprachige Inhalte?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werden die wesentlichen Infos zum Unternehmen bereitgestellt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es eine klare Mobile-Marketing-Strategie für Ihr Unternehmen und Ihre Angebote?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es ein Konzept um Apps für Ihre Kunden sinnvoll einzusetzen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 10. Video-Marketing

	Ja	Nein	Weiß nicht
Setzen Sie Videos auf Ihrer Website ein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie ein Konzept zum Verteilen Ihrer Video-Botschaften?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie auf Youtube einen eigenen Kanal eingerichtet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



# Strategisches eMarketing Audit

## Internet-Marketing Checkliste by Gerardo Laempe

11. Web-Controlling und Recht		
	Ja	Nein
Fragen Sie bei Anfragen per Telefon, E-Mail oder Formular nach, wie die Interessenten auf Sie aufmerksam geworden sind und werten Sie diese Informationen auch aus?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Möchten Sie wissen, woher die Besucher zu Ihrer Website gelangen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie Interesse zu erfahren, wie sich Nutzer auf Ihrer Website verhalten? Können Sie aufgrund der Bewegungsanalyse die Inhalte und Benutzerführung optimieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie die Absprungrate Ihrer Webseiten? Können Sie diese Abbrecherquoten interpretieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie die wesentlichen Wandlungsraten (Conversion-Rates) Ihres Online-Buchungsprozesses?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie Interesse die wichtigsten Online-Kennzahlen (KPIs) mit dem Branchendurchschnitt und dem Wettbewerb zu vergleichen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Würden Sie gerne erfahren, welche Suchbegriffe die Besucher genutzt haben, um auf Ihre Website zu kommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Möchten Sie mehr über die kritischen Stellen auf Ihrer Website erfahren, um beispielsweise festzustellen, wo Ihre Besucher die Website besonders häufig verlassen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeiten Sie mit Funnels (Trichter), mit Online-Verkaufsprozessen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stellt die geografische Herkunft (Land, Region, Stadt) Ihrer Besucher eine wichtige Information für Sie dar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Führen Sie regelmäßige Monitorings durch und messen Sie Ihren Sichtbarkeits-Index im Internet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfolgen Sie mit Ihrer Website konkrete Ziele, wie z. B. die Generierung von qualifizierten Anfragen, die Erweiterung Ihres Adressbestandes oder der Zunahme der direkten Online-Buchungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist es für Sie interessant zu wissen, von wo die Besucher kommen, die eine Anfrage oder eine Buchung auf Ihrer Website ausführen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nutzen Sie die vielfältigen Reportings, Berichte und Monitorings als Grundlage für Entscheidungen für gezielte Marketing-Maßnahmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie die wichtigsten Abmahnmöglichkeiten minimiert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bewachen Sie alle Bild- und Nutzungsrechte und Lizenzrechte?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist Ihr Online-Geschäft rechtssicher, auch nach dem Tele-Mediengesetz, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Minimieren Sie das Risiko! Bilden Sie Rücklagen für Abmahnungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>