

P R E S S E M I T T E I L U N G

Marketing-Planung 2018 – der Kampagnenplan führt zum Erfolg

Anschaulich, transparent und anpassungsfähig: Wie der Einsatz von Budgets ohne teure Tools effizient geplant wird

Leipzig, im Dezember 2017 – Die Unternehmensziele fürs neue Jahr sind gesteckt, Strategien und Marketing-Maßnahmen stehen fest - jetzt geht's ans Feintuning. In einem Kampagnenplan, der einfach als Excel-Sheet oder Google-Tabelle erstellt wird, werden Budgets, Laufzeiten, Zuständigkeiten und Abläufe für die kommenden zwölf Monate übersichtlich aufgelistet und bleiben so jederzeit im Blick. „Marketingplanern hilft diese Strukturierung ungemein dabei, ihre Ressourcen zielgerichtet einzusetzen und eventuell auch gegenzusteuern“, das weiß Claudia Baacke aus langjähriger Erfahrung. Als Unit Director Beratung Digital Marketing bei rekordmarke betreut sie mit ihrem Team viele junge Unternehmen. Zur besseren Orientierung haben die Experten jetzt einen umfangreichen Beispielplan entwickelt. Auf ihrer Website stellen sie ihn kostenlos zur Verfügung.

Der Aufbau des Kampagnenplans

Grundlage sind messbare Ziele mit sorgfältig abgestimmten Strategien: Wie schaffe ich es, dass mein Webshop im nächsten Jahr 50 % mehr Umsatz erwirtschaftet? Wie gewinne ich 1.000 neue Kunden im kommenden Quartal? Wie kann ich meine Reichweite auf Facebook in den nächsten sechs Monaten um 30 % erhöhen? Qualitative Ziele, die das Branding unterstützen, wie zum Beispiel der Imageaufbau, komplettieren

die Planung. Ein Webanalysetool wie das von rekordmarke entwickelte GITCOR-Prinzip erleichtert die Festlegung der Zielwerte.

Ziele und Online-Maßnahmen werden übersichtlich in einem Excel-Sheet oder einer Google-Tabelle festgehalten. Mit diesem Tool können Planer alle anstehenden Kampagnen und zugehörigen Maßnahmen, ob online oder offline, planen und steuern.

Folgende Inhalte sollten in den Kampagnenplan aufgenommen werden:

- **Die Zeitschiene (Quartale, Monate, Kalenderwochen)**
- **Kampagnennamen bzw. -schwerpunkte
(z.B. Dauerkampagnen, zeitlich begrenzte
Themenkampagnen oder Produktkampagnen)**
- **Online-Marketing-Kanäle**
- **Hauptverantwortlichkeiten für die Kampagnen**
- **Hauptziele**
- **Status der Kampagnen (z.B. geplant, abgeschlossen)**

Aufgaben sind somit für jeden Verantwortlichen klar definiert. Für jede Kampagne werden zudem einzelne Kampagnen-Stammbblätter angelegt. So haben Planer und Team neben Zielen und Zielgruppen alle erledigten und anstehenden Aufgaben jederzeit im Blick – das spart Zeit und hilft dabei, die Qualität einzelner Maßnahmen zu steigern.

Mit den folgenden Infos lassen sich alle wichtigen Themen abdecken:

- **Name der Kampagne**
- **Beschreibung**
- **Ziele**

- **Zielgruppen**
- **Zeitraum**
- **Beteiligte / Ressourcen**
- **Kampagnenmaterial, z.B. Grafiken, die verwendet werden sollen**
- **Kampagnen-Landingpage**
- **Kampagnenparameter, um die Erfolge zu tracken**
- **Eingesetzter Marketing-Mix mit Verantwortlichen, Start-Zeitpunkt, Budget, Meilensteinen, To-Dos und Tracking**
- **Kampagnenauswertung (Zwischenauswertung um ggf. nachzusteuern und Endauswertung zur finalen Erfolgskontrolle)**

Auch die Team-Arbeit profitiert von dieser anschaulichen und transparenten Planung, ob unternehmensintern oder zwischen Unternehmen und Agentur. Alle beteiligten Mitarbeiter sind jederzeit auf demselben Stand. Wichtig ist, dass die Planung lebendig bleibt: In regelmäßigen Abständen wird der Plan daher überprüft und aktualisiert, so dass er immer auf dem neuesten Stand ist – denn nur ein aktueller Kampagnenplan ist auch ein hilfreicher.

Zur besseren Veranschaulichung hat rekordmarke einen Beispiel-Kampagnenplan entwickelt, der hier kostenfrei heruntergeladen werden kann.

<https://www.rekordmarke.de/blog/kampagnenplan>

Weitere Infos zu rekordmarke sind unter folgendem Link abrufbar:
<https://www.rekordmarke.de/>

Über rekordmarke

Rekordmarke hat sich auf nachhaltiges Digital Brand Performance Marketing spezialisiert. Im Fokus steht die enge Verknüpfung aus strategischer Markenführung und digitaler Performance für junge Marken mit innovativen Produkten und Dienstleistungen. Das Leistungsspektrum reicht von der Online Marketing Strategie über die Umsetzung und Kampagnennachsteuerung bis hin zum Controlling und Reporting. Hierüber werden die e-Commerce-Umsätze der Kunden performant und nachhaltig entwickelt, passgenaue Kundenkontakte generiert und höchstmögliche Markenbekanntheit erreicht. Rekordmarke arbeitet als Marketing as a Service Agentur bis zu 100% erfolgsabhängig und bietet darüber hinaus auch Beratungsleistungen und Schulungen im digitalen Marketing an. Die Experten von rekordmarke engagieren sich für die Ausbildung von Nachwuchs und leiten als Dozenten diverse Kurse im Bereich Online Marketing an Akademien. Rekordmarke ist seit 2016 als eigene Marke der mellowmessage GmbH aktiv und Teil eines starken Netzwerks.

Weitere Informationen: <http://www.rekordmarke.de>

Unternehmenskontakt:

Claudia Baacke
rekordmarke – eine Marke der mellowmessage GmbH
Härtelstr. 27
04107 Leipzig
E-Mail: claudia.baacke@rekordmarke.de
Tel: 0341 – 140 655 – 26

Pressekontakt:

Andrea Weinholz
Weinholz Kommunikation
Plinganserstr. 59
81369 München
E-Mail: a.weinholz@profil-marketing.com
Tel: 089 -24 24 16 95