

# MARKETING





SH



Samira Höhn  
Design & Marketing Experte

☎ +49 1796 835450

✉ marketing@samirahoehn.d  
e



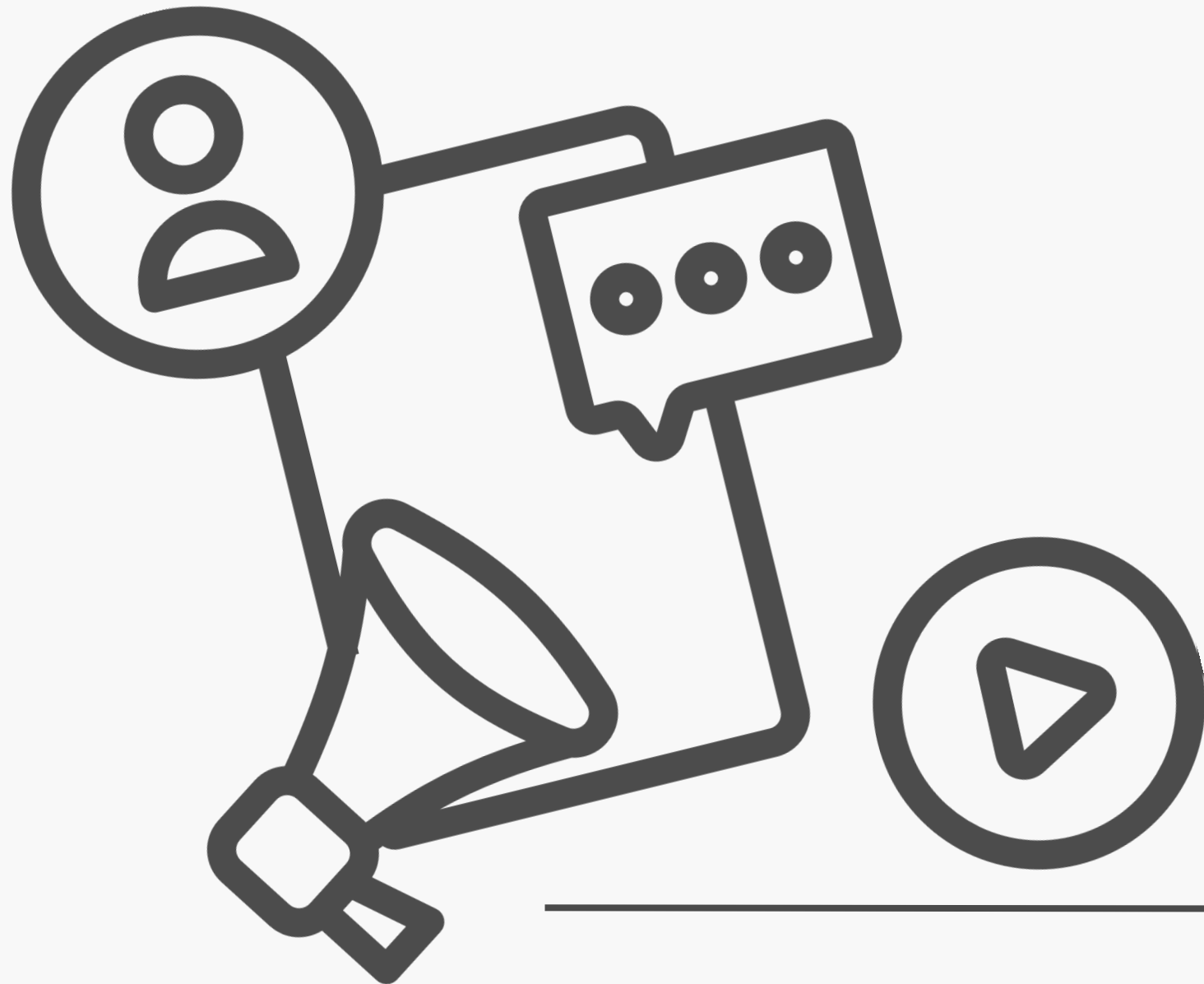
Pâtisserie CØR  
Anika Klingbeil

☎ +49 157 71844873

✉ hallo@patisserie-  
coer.de

# AGENDA

- Ziele
- Zielgruppe
- Marketing Kanäle
- Website
- Social Media



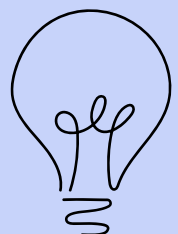
# MARKETING ZIELE

## Quantitative Ziele

- Umsatzsteigerung
- Erhöhung des Marktanteils
- Aufbau von Reichweite

## Qualitative Ziele

- Erhöhung der Bekanntheit
- Imagebildung
- Communitybildung



**Unser Tipp:** Wähle maximal zwei Ziele aus, um den Fokus beizubehalten und versuche, auch qualitative Ziele messbar zu machen!



# ZIELGRUPPE DEFINIEREN

Demografischen  
Merkmale

Psychografische  
Merkmale

Kaufverhaltens-  
bezogene Merkmale



"Ich möchte Mode nicht nur schön und tragbar, sondern auch nachhaltig machen."

**Alice Wyman**

Alter: 37  
Ort: Heidelberg, Deutschland  
Familienstand: Director  
Level: Ledig, keine Kinder  
Bildungsniveau: Bachelor in Modedesign

## BIOGRAFIE

Alice hat schon immer eine Leidenschaft für Mode und Nachhaltigkeit gehabt. Nach ihrem Bachelor in Modedesign arbeitete sie mehrere Jahre für verschiedene Modehäuser, bevor sie vor vier Jahren ihr eigenes Label SustainFashion gründete. Lisa hat sich auf nachhaltige und trendige Damenbekleidung spezialisiert und möchte ihre Marke weiter ausbauen, um einen positiven Einfluss auf die Modeindustrie zu haben.

## ZIELE

- **Persönlich:** Eine führende Stimme in der nachhaltigen Modebranche werden und das Bewusstsein für umweltfreundliche Mode erhöhen.
- **Geschäftlich:** Markenbekanntheit steigern, Kundenstamm vergrößern, das Unternehmen langfristig erfolgreich und profitabel führen.

## INFOS ZUR JOBPOSITION

Berufsbezeichnung: Mode-Designerin  
Inhaberin Modeunternehmens  
Erfahrung: 4 Jahre als Unternehmensinhaberin

## PERSÖNLICHE EIGENSCHAFTEN

- Kreativ
- Engagiert
- Organisiert
- Zielorientiert

## HERAUSFORDERUNGEN

- **Zeitmangel:** Alice ist stark in den kreativen und operativen Aspekten ihres Unternehmens involviert und hat wenig Zeit für strategisches Marketing.
- **Marktdurchdringung:** Schwierigkeiten, sich in einem hart umkämpften Markt abzuheben und neue Kunden zu gewinnen.
- **Fachwissen:** Mangelndes Wissen über aktuelle Marketingtrends und -techniken.

## UNTERNEHMENSZIELE

**Kurzfristig:** Erhöhung der Online-Verkäufe um 20% innerhalb des nächsten Jahres, Ausbau der Social Media Präsenz.  
**Langfristig:** Eröffnung eines eigenen Ladengeschäfts in Berlin, Einführung neuer Produktlinien, internationale Expansion.

## HOBBYS UND INTERESSEN

- Fashion Shows besuchen
- Yoga
- Wandern
- Nachhaltigkeitsprojekte

## KOMMUNIKATION

**Bevorzugte Kommunikationskanäle:** E-Mail, Social Media (Instagram), persönlich  
**Kommunikationsstil:** Direkt, offen für neue Ideen

## MARKEN UND INFLUENCER

**Bevorzugte Marken:** Stella McCartney, Reformation, People Tree  
**Beeinflussende Influencer:** Fashion Changers, Aimee Song, Venetia La Manna



**Unser Tipp:** Tool, zur Erstellung einer Persona  
<https://www.hubspot.com/make-my-persona>

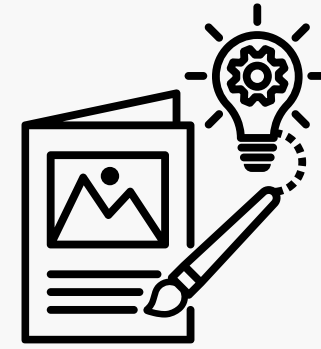
# MARKETING KANÄLE



Public Relations



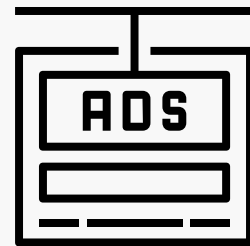
Website / Blog



Offline Marketing



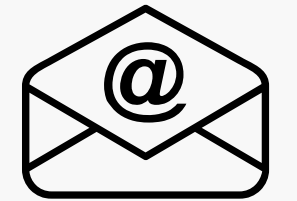
Social Media Marketing



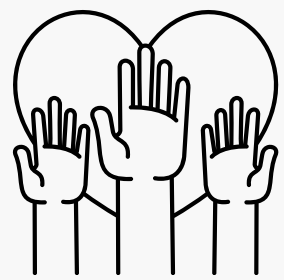
Display Ads



Virales Marketing



E-Mail Marketing



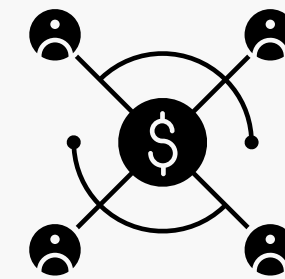
Community Building



Suchmaschinen Marketing



Content Marketing



Affiliate Marketing

# WEBSITE – GET STARTED

## CHECKLISTE

Funktion / Ziel

Werte / Stimmung

Aufbau

Inhalte

Sprache

Fotos



**Unser Tipp:** Sammelt auf Instagram oder Pinterest zu Beginn Inspiration, um die Richtung eurer Website festzulegen.



# WEBSITE – PÂTISSERIE CØR



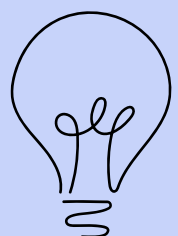
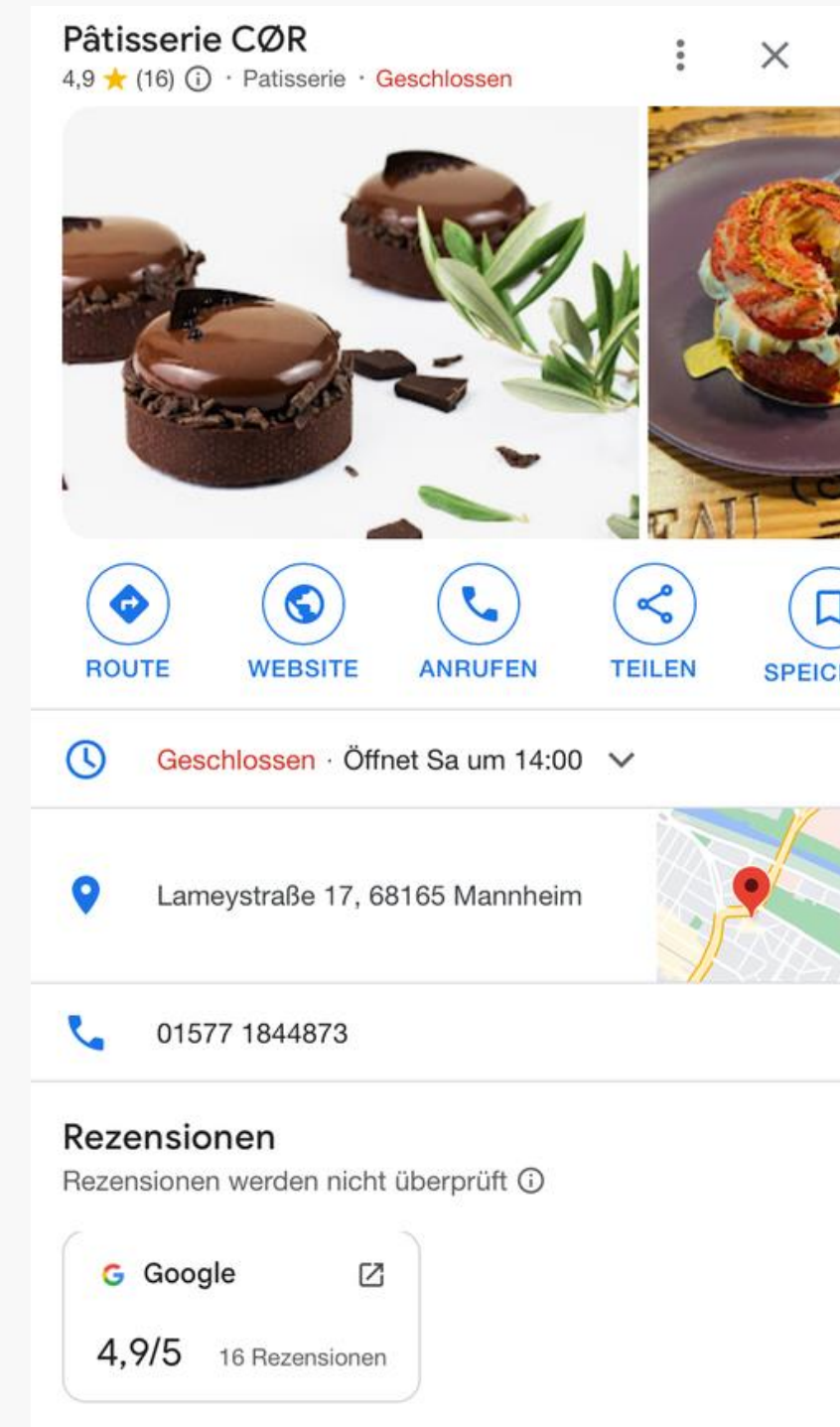
SÜSSE  
KUNST VON  
*Herzen*





# WEBSITE – TIPPS & TRICKS

- Website als digitales Schaufenster
- Baukastensystem oder Web Developer
- Aktualität der Website
- Website als Basis zu anderen Kanälen
- Online-Generatoren nutzen
- Google-Analytics einbinden
- Google-Konto für Unternehmen erstellen



**Unser Tipp:** Fragt in eurem Netzwerk nach Studenten oder Freelancern, die eure Website als "Projekt" erstellen.

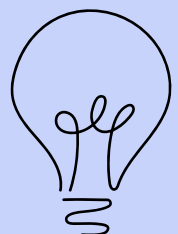
# WEBSITE – INHALT

## Fotos

- von Produkten & Stimmungen
- permanente Fotostation / einmaliges Fotoshooting
- CI in Fotos aufnehmen
- Qualität & Ästhetik

## Text

- Texterstellung aus Sicht des Kunden & Kernmessage
- Ansprache & Sprache
- CI in Text aufnehmen
- SEO-Keywords
- Authentizität



**Unser Tipp:** Baut euch ein Setting oder erstellt eine Routine, sodass ihr regelmäßig neue, hochwertige Fotos machen könnt.

# WIESO SOLLTEST DU SOCIAL MEDIA NUTZEN?

Erhöhung der Markenbekanntheit

Kundenbindung

Aufbau einer  
Community

Wettbewerbsvorteil

Verbesserung des  
Kundenservices

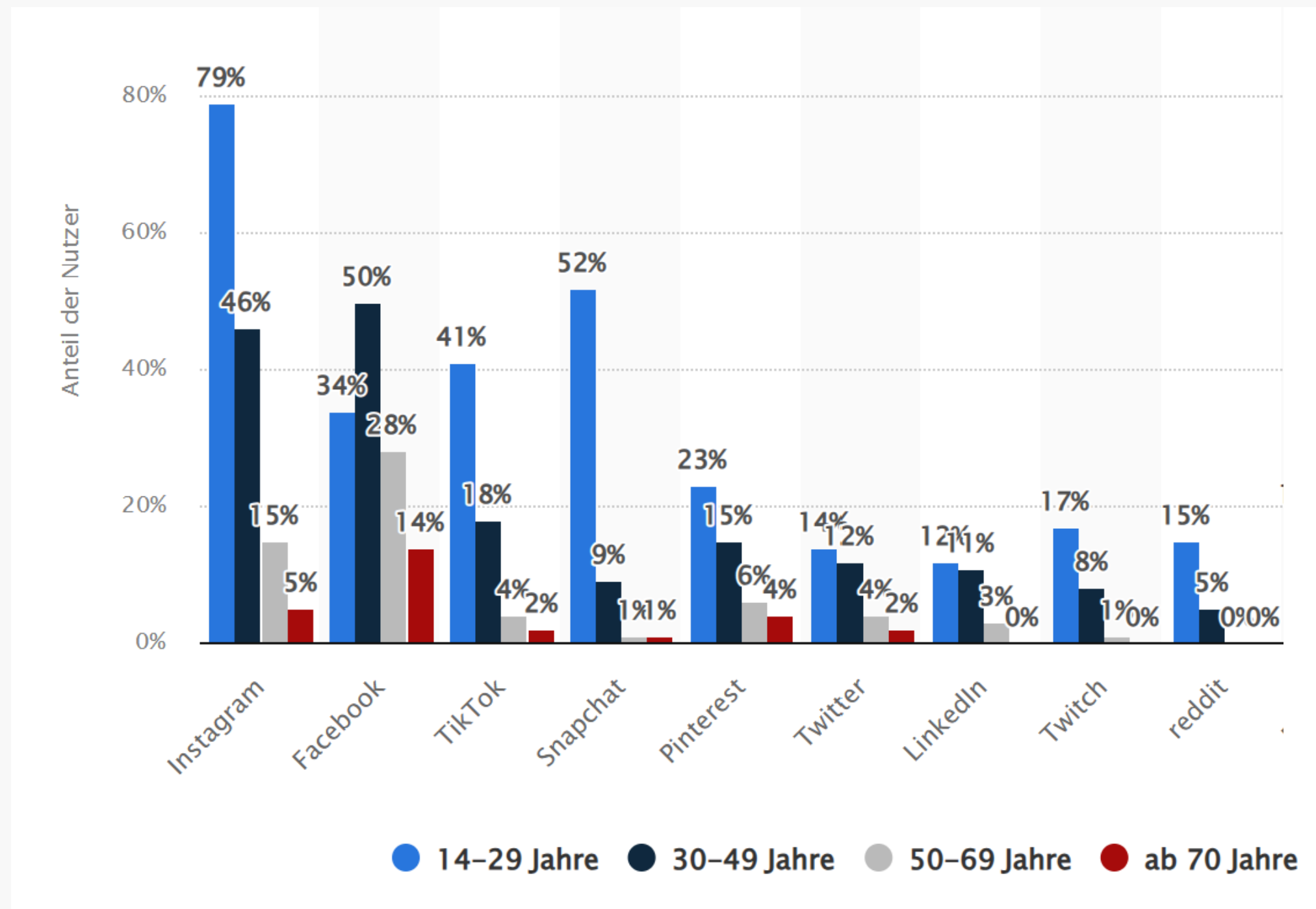
Zielgerichtete Werbung

Steigerung des  
Website-Traffics

Krisenmanagement

Marktforschung

# WELCHE SOCIAL MEDIA PLATTFORM PASST ZU MIR?

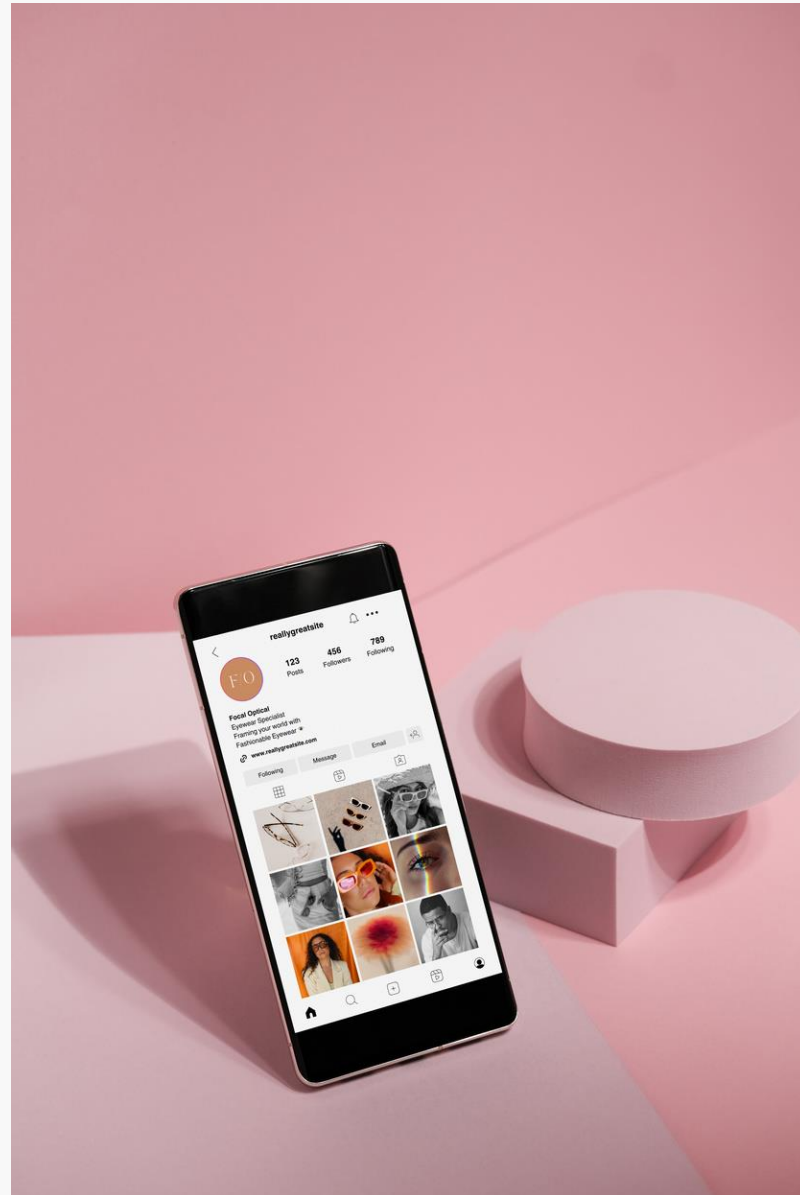


ARD/ZDF-Onlinestudie  
2023



# SOCIAL MEDIA

## 10 wichtigsten Social Media-Kanäle für Unternehmen



Facebook

Ältere Zielgruppe, lokale Gruppen

Instagram

persönlich

X (Twitter)

Kommunikation in Echtzeit

TikTok

jüngeren Generation, Videos

Snapchat

Image-Messaging-App, jüngeren Generation

LinkedIn

Business-Netzwerke, B2B

Pinterest

Pinnwand

YouTube

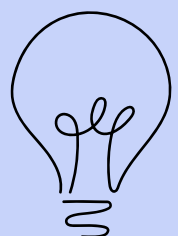
Videoplattform

Vimeo

Videoplattform, hochwertiger und seriöser

Reddit

Marktforschung, Dialog



**Unser Tipp:** Denk über dein Branding nach, wer bist du, welche Werte vertrittst du?

# SOCIAL MEDIA



*Ein "Nein" zu einer Plattform ist ein "JA" zu einer anderen!*



**Unser Tipp:** Entscheide Dich für maximal 3 Plattformen, um den Fokus nicht zu verlieren.

# MEINE KANÄLE



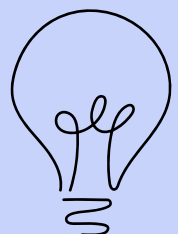
LinkedIn

- Textfokussiert
- Networking
- Businesskontext
- zukünftig: LinkedIn-Page für das Unternehmen
- "Behind the scenes"

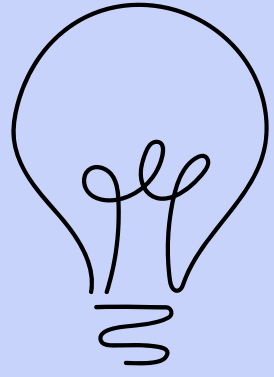


Instagram

- Bildfokussiert
- Communitybuilding
- Kundenkontext
- aktueller, nahbarer, direkter
- Kunden als Zielgruppe
- Produkte, Events, "Werbung"



**Unser Tipp:** [Meta Business Suite](#) zur Content Planung & Canva zur Content Erstellung



# UNSER TIPP

*Marketing ist kein unangenehmes Verkaufsgespräch.*

*Marketing ist euer Instrument, eure Botschaft und eure Veränderung in die Welt zu bringen!*



## GET STARTED!



Überlegt euch eine Person oder ein Gespräch dieses Events, die / das euch beeindruckt hat und macht dazu einen Post auf eurem social-media-Kanal.