



Zukunftswerkstatt Tourismus und Dorf

„Überblick über die Instrumente
des Online-Marketings“

02.08.2017

Hotel Bastenhaus

Veranstalter: LAG Donnersberger und Lautrer Land e.V.

Verbindliche Anmeldung bei: Ina Bundenthal
06352 – 710 128 oder ibundenthal@donnersberg.de

Teilnahmegebühr ab 29 €



Dieses Angebot wird im Rahmen des Entwicklungsprogramm EULLE unter Beteiligung der Europäischen Union und des Landes Rheinland-Pfalz, vertreten durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz unterstützt.

EUROPÄISCHE UNION Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete



PROGRAMM

Referentin: Frau Gabriele Schulz – [marketing4results](http://marketing4results.com)
im Auftrag des Deutschen Seminars für Tourismus (DSFT)

Teil 1 Online-Marketing für Starter

Die Basis für Online-Marketing – Wie kommt man zu einer passenden Webseite?

■ 09.30 Uhr bis 11.00 Uhr

Lassen Sie sich finden – mit einer modernen Webseite, die zu Ihren Zielen passt.

- Welche Arten gibt es, zu einer modernen und professionellen Webseite zu kommen?
- Der Webbaukasten, das Content Management System oder der Full Service. Welche Seite passt zu meinen Zielen? Welche Kosten sind zu erwarten? Wie unterscheiden sich preiswerte von teureren Webseiten?

■ 11.00 bis 11.20 Uhr Pause

■ 11.20 Uhr bis 12.30 Uhr

- Was zeichnet erfolgreiche Webseiten aus?
- Woran erkennen Sie eine professionelle Webagentur?
- Was sollte jede Webseite beherrschen? Klein oder groß, preiswert oder teuer – was sind heute „Must Haves“?
- Messbarkeit der eigenen Webseite. Welche Wege gibt es und was ist nötig, um datenschutzkonform zu messen?

■ 12.30 bis 13.30 Uhr Mittagspause

Teil 2 Online-Marketing für Fortgeschrittene

Die „digitale Reise des Kunden“.

Wo sollte eine Stadt/Ort/Region „im digitalen Regal liegen“? Mit welchen Methoden kann ich zielgruppengenau mehr Reichweite und Klicks generieren?

■ 13.30 bis 15.00 Uhr

Zielsetzung und Wahl der Methode im Online-Marketing

- Die Kampagne richtet sich nach dem Ziel! Wie sehen sinnvolle Zielformulierungen aus?
- Welches Ziel verfolgen wir, welche Methoden im Online-Marketing unterstützen diese Ziele besonders gut?
- E-Newsletter – Erfolgsfaktoren

■ 15.00 bis 15.10 Uhr Pause

■ 15.10 Uhr bis 16.30 Uhr

Kampagnen in Facebook & Google. Worauf kommt es an?

- Die Gestaltung von Facebookkampagnen
- Adwords & Retargetting: Die Schritte zur erfolgreichen Kampagne im Suchmaschinenmarketing