

# Wie Corona die Online Marketing Welt beeinflusst

# DANIEL UNGER

Co-Founder &  
Geschäftsführer  
eology GmbH



#staysafe  
& ride on

PREMIER  
Google  
Partner



# FLORIAN ZINK

Head of  
Paid Advertising  
eology GmbH

UNSER GAST

**SUSAN  
POGONTKE**

Head of  
Sales  
WEBSALE AG



# ZIELE DES WEBINARS

Worum geht es heute?

1. Einen Überblick über die **aktuelle Lage** im Online Handel geben
2. Tipps geben, die Dir in Deiner aktuellen Situation weiterhelfen
3. Mut machen für die kommenden Wochen

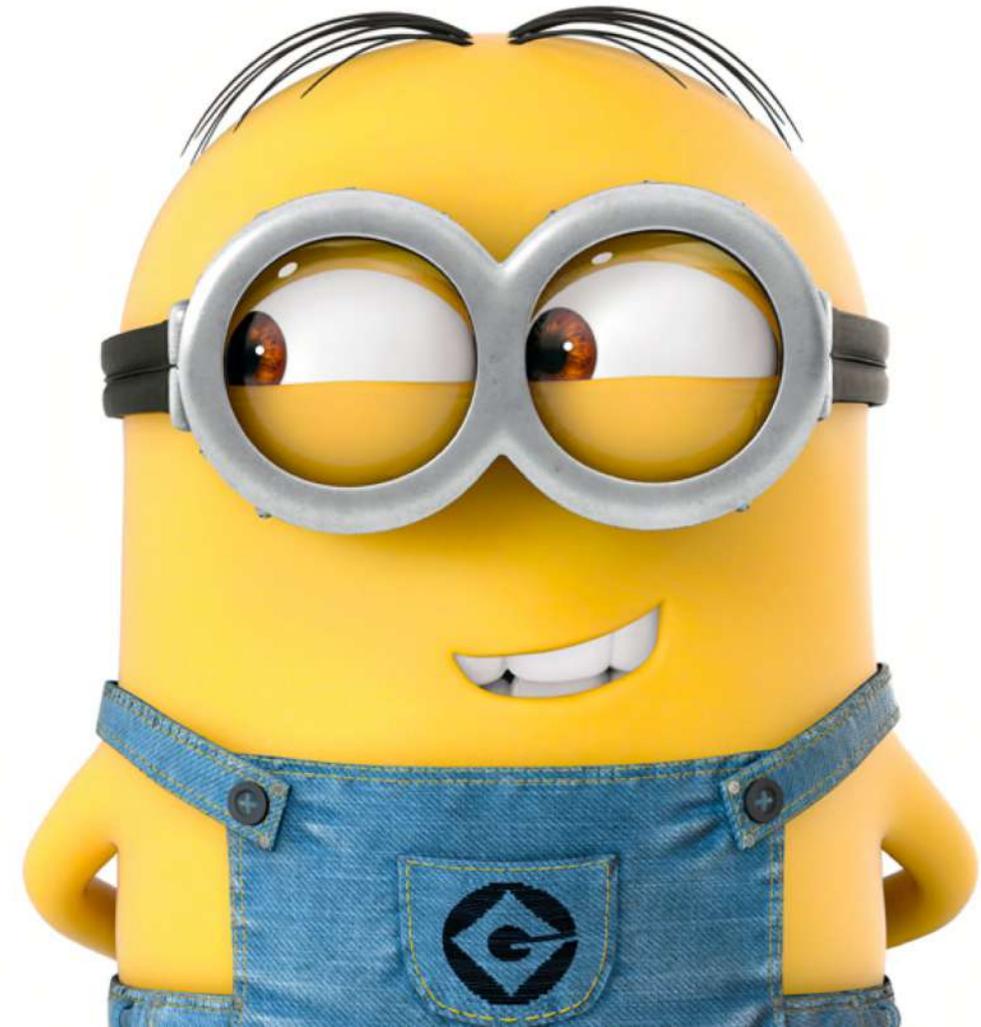
A white laurel wreath graphic, consisting of two branches of leaves curving upwards and downwards to form a semi-circle, framing the text.

**10 JAHRE.**

**FIRMENSITZ:**  
VOLKACH BEI  
WÜRZBURG,  
UNTERFRANKEN



71 eos



# DIENSTLEITUNGS-PORTFOLIO

Das können wir!



## SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Gemeinsam verbessern wir Dein Suchmaschinen-Ranking. On- oder Offpage Optimierung - wir helfen Dir gerne dabei, nachhaltigen Traffic zu generieren.



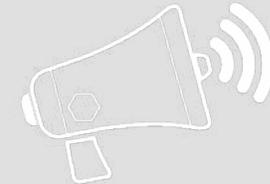
## PAID ADVERTISING

Wir schalten für Dich individuell ausgearbeitete Kampagnen. Google Ads & Co setzen wir kosteneffizient und ROI basiert ein.



## CONTENT CREATION

Unser suchmaschinenoptimierter Content wird auch Deine Google-Rankings nach oben ziehen. Wir liefern Mehrwert-Texte für Deinen Online-Erfolg.



## CONTENT OUTREACH

Wir sorgen durch gezieltes Seeding Deiner Inhalte für High-Class-Verlinkungen und mehr Reichweite im Netz. Wir übernehmen den kompletten Outreach-Prozess!



- eomazy GmbH
- Marketplace-Marketing mit Fokus auf Amazon
- Auch für B2B-Unternehmen interessant



Die aktuelle Lage in der Branche

Erster Fall in der Volksrepublik China



01.12.2019

Covid-19 erreicht Deutschland



28.01.2020

Deutschland verbietet alle Großveranstaltungen



10.03.2020

Die Schulen & Kitas schließen bundesweit ihre Türen



17.03.2020

Der Bund beschließt ein offizielles Kontaktverbot



22.03.2020

24.01.2020



Der Virus gelangt nach Europa

03.03.2020



Leipziger Buchmesse wird als eine der ersten Großveranstaltungen abgesagt

15.03.2020



Deutschland schließt die Grenzen

20.03.2020



Bayern verhängt eine Ausgangsbeschränkung

# Kurzumfrage



Welche konkreten Auswirkungen hat die Pandemie aktuell auf Dein Unternehmen? (Mehrfachantworten möglich)

# Studie Bundesverband E-Commerce und Versandhandel

**WENN JA: WELCHE KONKRETEN AUSWIRKUNGEN HAT DIE EPIDEMIE AKTUELL AUF IHR UNTERNEHMEN? (MEHRERE ANTWORTEN MÖGLICH)**



Basisdaten: 135  
Mitgliedsunternehmen des bevh  
online befragt

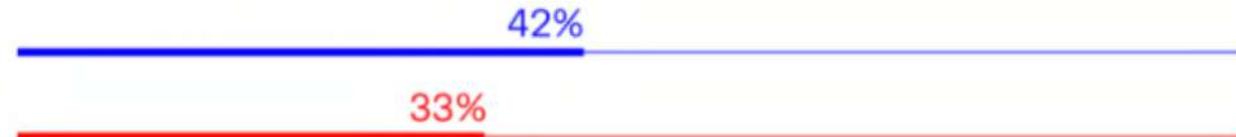
# Trendumfrage der dmexco

**DM** ■ ●  
**EXCO 20**

Wie wird sich die Corona-Pandemie auf die wirtschaftliche Situation der Digitalwirtschaft insgesamt auswirken?

• DACH • INTERNATIONAL

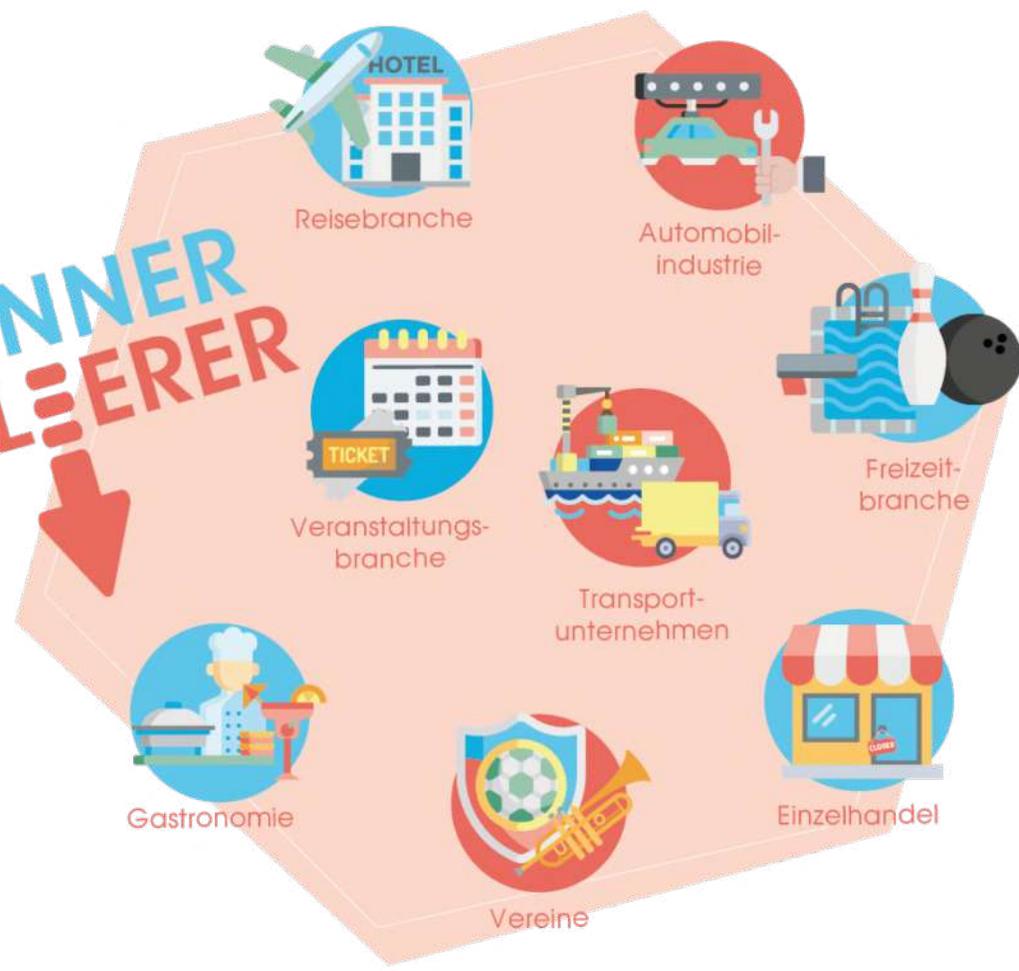
Die Digitalwirtschaft wird - nach dem Ende der akuten Pandemie - sogar wirtschaftlich profitieren



Teilnehmer: 527 nationale und 305 internationale Digital-Experten



**GEWENNER**  
**VERLEERER**



# Studie von Wavemaker

**Konsumenten erwarten, dass Marken sich jetzt solidarisch verhalten.  
Die Krise verstärkt den Trend zu mehr Achtsamkeit.**

**Frage: "Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die folgenden Dinge nach der Corona-Krise tun werden?"**





# Szenarien & Tipps

# 4 SZENARIEN

# 4 SZENARIEN

Wo siehst Du Dein Unternehmen?



## Herausforderung

Das Business verliert Umsatz durch die momentan fehlenden stationären Absatzmöglichkeiten. Es drohen Schließungen oder Kurzarbeit.

# 4 SZENARIEN

Wo siehst Du Dein Unternehmen?

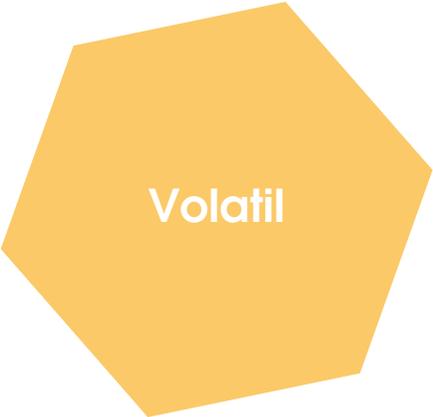


## Maßnahmen & Ideen

- ⬡ Gutscheinverkauf (über Social Media) um Cashflow aufrecht zu erhalten
- ⬡ Gutschein statt Geld zurück
- ⬡ Kunden binden (z. B. mit Upgrade bei nächster Buchung)
- ⬡ Neue lokale Marktplätze nutzen

# 4 SZENARIEN

Wo siehst Du Dein Unternehmen?



Volatil

Es ist ein Online Business vorhanden, die spezifische Nachfrage schwankt jedoch gerade. Lieferengpässe oder die unbeständige, schwankende Nachfrage nach nicht essentiell notwendigen Produkten beeinflusst das Business.

# 4 SZENARIEN

Wo siehst Du Dein Unternehmen?



## Maßnahmen & Ideen

⬡ Ausführliche Tipps kommen gleich

# 4 SZENARIEN

Wo siehst Du Dein Unternehmen?

## Online Ausbau

Das Business muss so schnell wie möglich digitalisiert werden. Die Nachfrage ist online weiterhin vorhanden, aber das Business ist technisch noch nicht auf dem Stand online gut zu funktionieren.



## Maßnahmen & Ideen

- ⬡ Vorstellungen auf YouTube streamen
- ⬡ VR-Rundgang durch das Museum
- ⬡ Blick hinter die Kulissen
- ⬡ Sich Lieferdiensten anschließen
- ⬡ Veranstaltungen digital durchführen (z. B. Online-Messen für B2B)

# 4 SZENARIEN

Wo siehst Du Dein Unternehmen?



**Investieren**

Die Nachfrage nach den eigenen Produkten oder Dienstleistungen ist in der aktuellen Situation sogar gestiegen, die Infrastruktur für den Absatz online ist bereits da und funktioniert.



## Maßnahmen & Ideen

- ⬡ Strategische Aufstellung für gute Absätze auch nach Corona
- ⬡ Guten Service bieten um Kunden langfristig zu halten

**TIPPS**

# COMMUNICATION IS THE KEY



# ZIELGRUPPE ERREICHEN, BEZIEHUNGEN AUFBAUEN

Jetzt Kampagnen fahren, die nicht direkt dem Abverkauf dienen



#staythefuckhome

#stayhome

#homeoffice

#flattenthecurve

# ZIELGRUPPE ERREICHEN, BEZIEHUNGEN AUFBAUEN

Jetzt Kampagnen fahren, die nicht direkt dem Abverkauf dienen



## Experimente mit Sonja

 **Familotel Club Sonnenpark - Ausgezeichneter Familienurlaub in Deutschland**  
3 Std. · 

So ihr kleinen und großen Wissenschaftler 👩🏫 da draußen. Zeit zum Experimentieren! 🍷  
Euch fällt schon die Decke auf den Kopf? Na zum Glück 🍀 zeigt euch Sonja heute das ideale Rezept gegen Langeweile. Wir verraten nur so viel: Es wird ganz schleimig 🤢 und ekelig, bereitet aber eine Menge Freude 🤩

Materialien: 🧰

Kontaktlinsenflüssigkeit - <https://amzn.to/39fwY73>

Kleber - <https://amzn.to/2QGHG07>

Glitzer - <https://amzn.to/2vQxQBF>

Weitere Ideen und Aktionen auf <https://home.sonnenpark.de>

·  
·  
·  
·

#familotelsonnenpark #sonnenpark #familotel #ilovesonnenpark #homeinclusive #staythefuckhome #sonnenparkhome  
#sonnenparkfriends #flattenthecurve #stayathome #stayhomeclub #staycation #Stayhomechallenge #wirbleibenzuhause  
#comebacksoon #hometime #familien #eltern #rezeptefürjedentag #rezeptideen

  16

1 Kommentar 11 Mal geteilt

# Weitere Ideen

Gutscheine  
online  
verkaufen

Benefits &  
Rabattaktionen

Saisonale  
Ereignisse  
nutzen

Content  
entfernen, der  
Nähe zeigt

Warenkorb  
deaktivieren  
bei Liefer-  
schwierigkeiten

Offline  
Marketing  
Budgets in  
Performance  
Marketing  
investieren

Remarketing  
für Warenkorb-  
Abbrecher

# MARKTPLÄTZE ALS ABSATZKANÄLE

Jetzt so einfach starten, wie nie zuvor

## E-COMMERCE TRENDS

Das tägliche Update für jeden E-Commerce-Händler

powered by INTERNET WORLD EXPO / INTERNET WORLD BUSINESS

### NEWS

**Otto kann jetzt automatisch onboarden:** Der neue Online-Marktplatz Otto Market kann Partner mit einer Self-Service-Funktion ab sofort automatisiert anbinden. Die Anbindungszeit wird damit kürzer. Rund 1.000 Partner sollen in den kommenden Monaten live geschaltet werden. Für das Geschäftsjahr 2019/20 hat das Unternehmen zudem jetzt die Zahlen vorgelegt: 3,5 Milliarden Euro Umsatz meldet der Hamburger Versender für das Geschäftsjahr 2019/20. Das entspricht einem Umsatzzuwachs gegenüber dem Vorjahr von neun Prozent. Besonders stark legten die Kategorien Home & Living (+15 Prozent) und Elektronik (+ 14 Prozent) zu. [>>>Fashion United](#)





"Rettungspaket"

## Google verschenkt Anzeigepplätze im Wert von 590 Millionen Dollar

250 Millionen Dollar für Gesundheitsbehörden, 340 Millionen für kleine Firmen: In der Coronakrise verschenkt Google gewaltige Werbeguthaben. Das ist weniger uneigennützig, als es zunächst scheint.

29.03.2020, 14:41 Uhr



# WERBEGUTHABEN GESCHENKT

„Nur“ 340 Millionen \$ zur Verfügung

## COVID-19: Google Ads- Werbeguthaben für kleine und mittelständische Unternehmen

Damit kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) in dieser schwierigen Zeit mit ihren Kunden in Kontakt bleiben können, möchten wir ihnen helfen. Hierzu stellen wir KMUs weltweit Werbeguthaben von insgesamt 340 Millionen \$ zur Verfügung. Sie können bis Ende 2020 jederzeit auf der gesamten Google Ads-Plattform verwendet werden. KMUs, die seit Anfang 2019 aktiv werben, erhalten in den kommenden Monaten über ihre Google Ads-Konten eine Gutscheiftbenachrichtigung. Google [sieht sich in der Verantwortung](#) und unterstützt jetzt KMUs, Gesundheitsorganisationen, Regierungen sowie Angestellte im Gesundheitswesen, die an vorderster Front gegen die Pandemie kämpfen.

Diese Seite enthält zusätzliche Informationen und wird regelmäßig aktualisiert. Weitere Informationen zur Krisenbewältigung finden Sie auf der [Google-Website für Kleinunternehmen](#).

<https://support.google.com/google-ads/answer/9803410>

- Mindestens seit 01.01.2019 aktiv Google Ads
- Automatische Nachricht im Google Ads Konto
- Benachrichtigung „in den nächsten Monaten“
- Nur für KMUs
- Google Ads Gutscheift gültig bis Ende 2020

# TIPPS FÜR GOOGLE ADS

Alle Möglichkeiten in Google Ads für die Kommunikation nutzen

## Google Ads

- Anzeigenerweiterungen nutzen (z.B. Telefonnummer hinterlegen für Kundenfragen, Sitelinks für Corona-Info oder Aktionen)
- Anzeigen aktualisieren (z.B. Aktionen zusätzlich erwähnen, schnellen Versand hervorheben)
- Extra Landingpage für Corona-Infos, um Conversion-Rate stabil zu halten (bzgl. Versanddauer, Support, Lieferanten, Rückgabe, Minikredit)
- Google My Business Verknüpfung aufheben (oder Öffnungszeiten aktualisieren)
- Keywordrecherche und Ads für „Offline-Produkte“ (Bedarf besteht teils weiterhin)

# TIPPS FÜR GOOGLE ADS

Veränderung auch online



# GOOGLE TRENDS

Neue Bedürfnisse

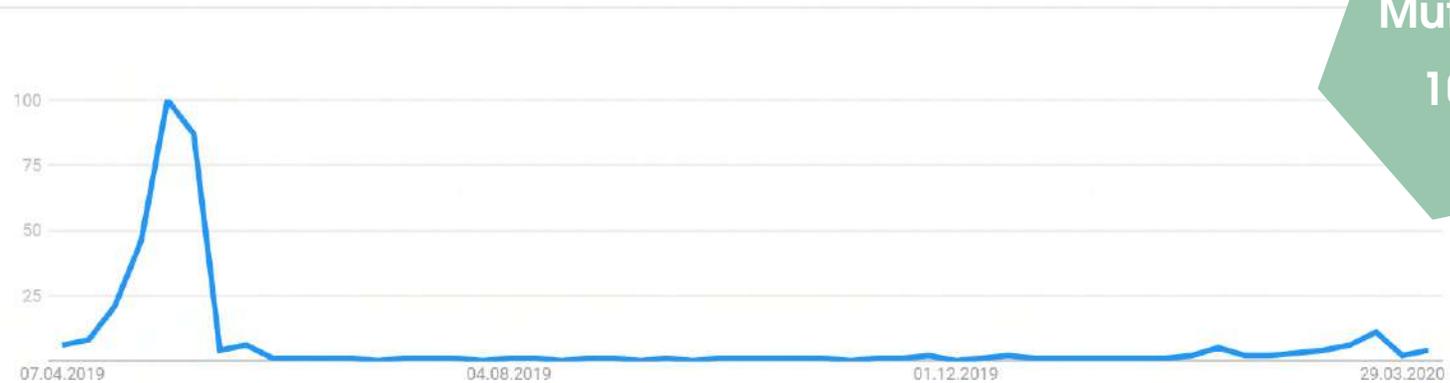
Interesse im zeitlichen Verlauf



# GOOGLE TRENDS

Muttertag als Umsatzchance – 2019 vs. 2020

Interesse im zeitlichen Verlauf



- ✓ Marketingplan aufstellen
- ✓ Absprache mit Agentur (Vorbereitung der Ads)
- ✓ Gutscheine & digitale Güter wahrscheinlich beliebt

# PAID ADVERTISING

Anbieter



Instagram



snapchat



Yandex

SEZNAM.CZ



XING ADs



FACTOR ELEVEN

# DEN KOPF NICHT IN DEN SAND STECKEN

Aufgeben gilt nicht!



*„Ich glaube auch daran, dass About You gestärkt aus der derzeitigen Phase hervorgehen könnte.“*

Tarek Müller, Gründer About You

*„Auch wenn das Thema Coronavirus vorbei ist, wird weiterhin mehr online eingekauft werden als vor der Krise.“*

Branchenexperte Kai Hudetz vom Kölner Institut für Handelsforschung



Noch mehr  
Ideen gefällig?

Whitepaper inkl.  
Checklisten

[eology.de/news/corona-online-marketing](https://eology.de/news/corona-online-marketing)

ONLINE MARKETING  
TROTZ CORONA-  
KRISE?

WIE COVID-19 DIE ONLINE  
WELT BEEINFLUSST



eology

# CHECKLISTE FÜR ONLINEHÄNDLER

## Kommunikation

- ⬡ Setze mehr denn je auf persönlichen Kontakt zu Deinen Kunden.
- ⬡ Biete eine zusätzliche Beratung per Telefon oder Videoanrufen an.
- ⬡ Baue voll auf Kommunikation über Social Media, Newsletter & weitere Online-Kanäle.

## Mehrwert

- ⬡ Entwickle Kampagnen und Konzepte, die über den Tellerrand hinausschauen.
- ⬡ Biete Deinen Kunden mehr als nur Dein übliches Online-Geschäft.
- ⬡ Erschaffe Content, der Deine Kunden fesselt.
- ⬡ Rücke Deine USPs noch mehr in den Fokus & bringe sie Deinen Kunden näher.
- ⬡ Baue den Content auf Deiner Website weiter aus.
- ⬡ Gib Deinen Kunden Infos zu Hygienemaßnahmen, Versandbedingungen & -zeiten, Erreichbarkeit des Kundenservices etc. über alle Kanäle & Deine Website.

## Werbemaßnahmen

- ⬡ Schalte weiterhin Google Ads.
- ⬡ Setze verstärkt auf Online-Werbung, z.B. über Social Media, Outbrain o.ä.
- ⬡ Entwickle Werbeaktionen zu bestimmten saisonalen Events.
- ⬡ Arbeite mit Gewinnspielen & gegebenenfalls Rabattaktionen.
- ⬡ Verwende Budgets aus Offline-Marketing-Maßnahmen für Online-Marketing-Maßnahmen.

## Social Media

- ⬡ Baue Kampagnen auf, die aktuelle Trend-Hashtags als Basis haben.
- ⬡ Setze auf detaillierte Produktpräsentationen in den Stories.
- ⬡ Verwende bestenfalls Swipe Ups, um Kunden in Deinen Online-Shop zu leiten.
- ⬡ Poste regelmäßig über Deine aktuelle Erreichbarkeit.
- ⬡ Pinne einen Beitrag mit den wichtigsten Informationen oben an Deine Unternehmensseite auf Facebook oder schreibe sie in Deine Chronik.

## Google Ads

- ⬡ Optimierte die Budgets Deiner Ads.
- ⬡ Kontrolliere regelmäßig die Performance.
- ⬡ Kopple Deine Anzeigen mit den Verfügbarkeiten, so bist Du flexibel und kannst schnell reagieren.

# ZUSATZTIPPS FÜR ONLINE-HÄNDLER MIT STATIONÄREN GESCHÄFTEN

## Online-Shop

- ⬡ Biete die Möglichkeit, Gutscheine in Deinem Onlineshop zu kaufen.
- ⬡ Deaktiviere Click and Collect-Funktionen Deines Shops.
- ⬡ Stelle Deine Produkte noch detaillierter dar.
- ⬡ Setze auf Themen wie 3D-Visualisierungen, VR und AR, wenn Du kannst.
- ⬡ Setze die persönlichen Berater Deines Stores ein, um Kunden über Deinen Online-Shop besser beraten zu können. Setze weiterhin auf persönliche, virtuelle Beratungsleistungen.

## Allgemeines

- ⬡ Schalte Ads auch auf lokale Suchanfragen, um die Kunden Deiner Filialen auf den Online-Shop aufmerksam zu machen.
- ⬡ Aktualisiere alle Brancheneinträge.
- ⬡ Informiere über diverse Online-Kanäle und Deine Website über die temporäre Schließung Deiner Geschäfte.

## Google My Business

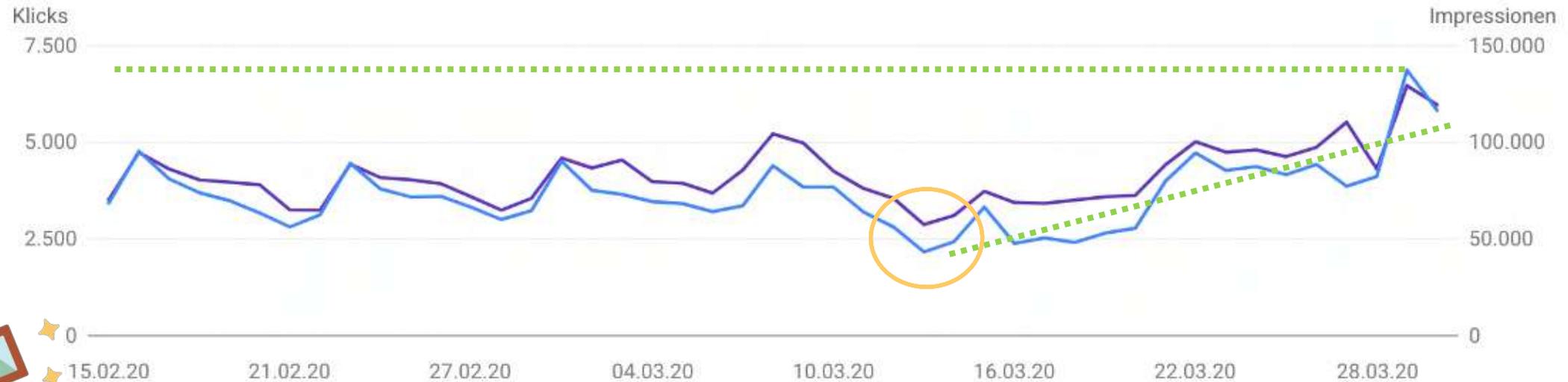
- ⬡ Aktualisiere Deinen Google My Business-Eintrag regelmäßig.
- ⬡ Informiere Deine Kunden über Lieferservice- oder Take Away-Möglichkeiten.
- ⬡ Passe Kontaktdaten an, um erreichbar zu sein.
- ⬡ Nutze die Beitrags-Funktion, um auf aktuelle Aktionen hinzuweisen.
- ⬡ Nutze „Spezielle Öffnungszeiten“, um Deinen Kunden mitzuteilen, wann sie Dich wo erreichen.



**Insights aus dem daily business**

# TRAFFIC-ENTWICKLUNG

Beispiel aus der Home & Living Branche: Klicks und Impressionen



Aufgeführt ist hier ein Beispiel aus der Home & Living Branche. Dargestellt ist hier der Zeitraum vom 15.02.2020 bis 31.03.2020. Es zeigt sich, dass die Anzahl an Klicks und Impressionen Anfang März das Niveau des Februars halten konnte. Um den 8. März ist ein kurzweiliger Einbruch an Klicks und Impressionen zu beobachten. Seit dem 13. März ist eine kontinuierlich positive Entwicklung von Klicks und Impressionen zu beobachten (Quelle: Google Search Console).

# TRAFFIC-ENTWICKLUNG

Beispiel aus der Heimtierbereich: Year on Year der Impressionen



Die aktuell positive Entwicklung der Impressionen kann durch einen Vergleich des selbigen Zeitraums im Jahr zuvor visualisiert werden.

Zeitraum:  
15.02.2019 – 31.03.2019  
Und  
15.02.2020 – 31.03.2020

Quelle: Google Search Console

# TRAFFIC-ENTWICKLUNG

Beispiel aus der Tierbranche: Klicks und Impressionen im Wochenvergleich

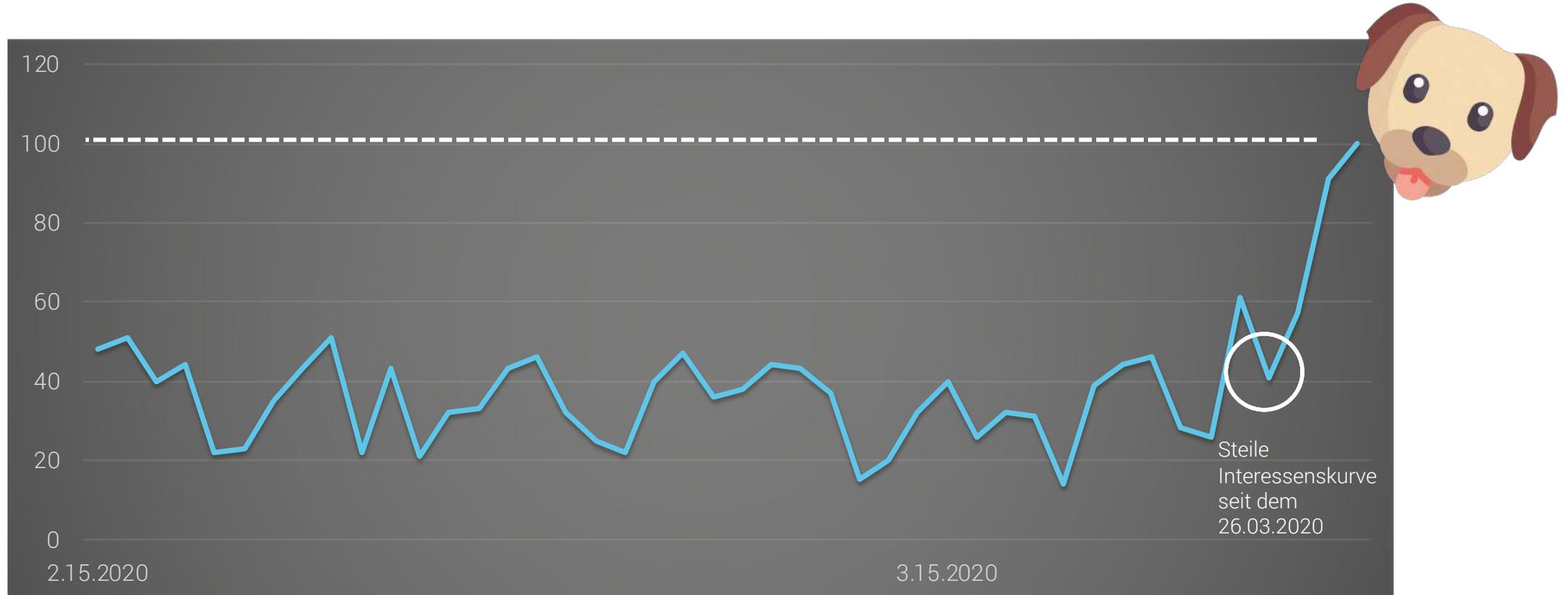


Suchanfrage	23.03.20 - 30.03.20 Klicks	15.03.20 - 22.03.20 Klicks	↓ Differenz
welpen kaufen	4.772	2.633	2.139
hund kaufen	4.620	2.664	1.956
hunde kaufen	4.032	2.538	1.494
australian shepherd welpen	2.224	870	1.354
französische bulldogge welpen	2.187	938	1.249
hundewelpen	2.278	1.226	1.052
labrador welpen	2.480	1.454	1.026
golden retriever kaufen	1.868	859	1.009
golden retriever	1.897	891	1.006
hundewelpen kaufen	2.615	1.618	997

Die Grafik zeigt die Entwicklung der Anzahl an Klicks im Wochenvergleich. Ende März kann ein deutlicher Anstieg dieser beobachtet werden.

# INTERESSE IM ZEITLICHEN VERLAUF

Beispiel aus der Tierbranche: Google Trend - Interessensverlauf



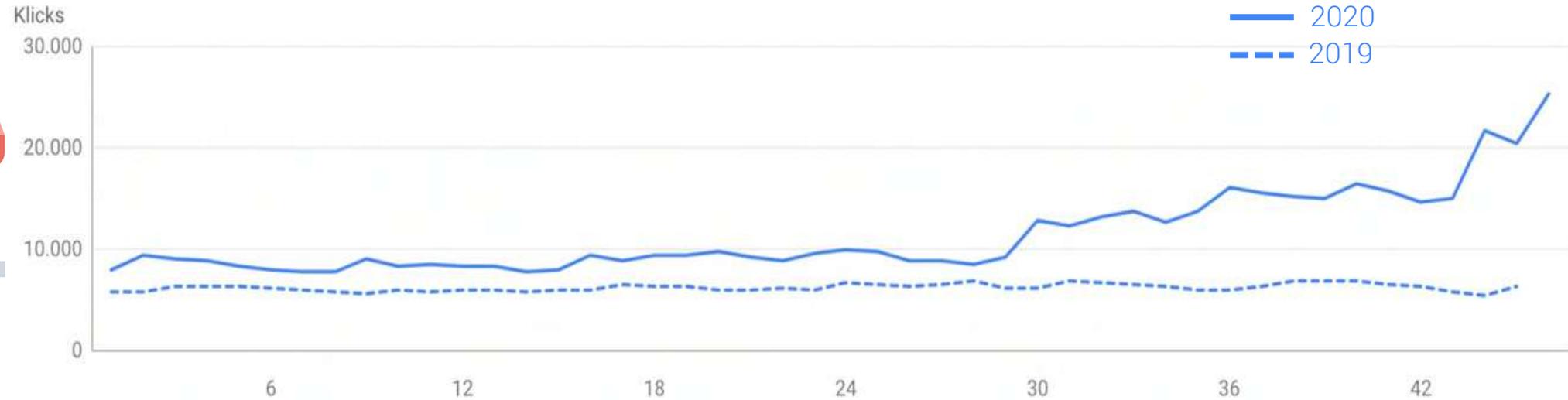
Suchbegriff: Hundewelpen kaufen

Quelle: Google Trends

Zeitraum: 15.02.2020 – 31.03.2020

# TRAFFIC-ENTWICKLUNG

Beispiel Filialist mit lokalen Stores: Klicks und Impressionen



Hier lässt sich eine positive Entwicklung der Klicks und Impressionen beobachten. Die Grafik zeigt die Entwicklung zum gleichen Zeitraum im Jahresvergleich (Quelle: Google Search Console).  
Zeitraum: 15.02.2019 – 31.03.2019 im Vergleich zum 15.02.2020 – 31.03.2020

# TRAFFIC-ENTWICKLUNG

Beispiel Filialist mit lokalen Stores : % - Veränderung der Klicks im YoY



SUCHANFRAGE	% -VERÄNDERUNG KLICKS
Gesellschaftsspiele	+ 566%
Hörbücher	+ 112%
Brettspiele	+ 1081%

Deutlich wird die positive Entwicklung der Klicks in Bezug auf einzelne Suchanfragen. Die Tabelle zeigt die %-Veränderung der Klicks im Jahresvergleich (Quelle: Google Search Console).

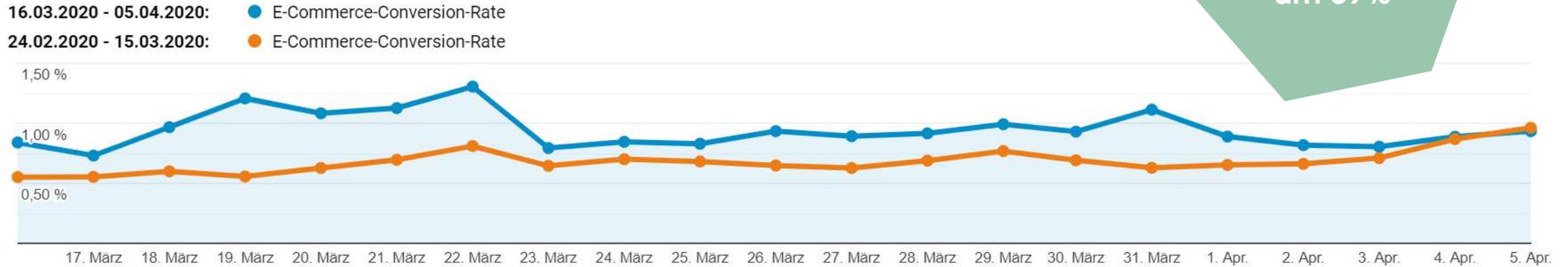
Zeitraum: 15.02.2019 – 31.03.2019 im Vergleich zum 15.02.2020 – 31.03.2020

# CONVERSIONRATE-ENTWICKLUNG

Am Beispiel eines Filialisten aus der Home & Living Branche



Anstieg der Conversionrate um 39%



Zeitraum 16.03. - 05.04.2020 im Vergleich zum vorherigen Zeitraum. Quelle: Google Analytics (alle Kanäle)

Nutzer ? ↑	E-Commerce-Conversion-Rate ?	Transaktionen ?	Umsatz ?
29,99 % ↑	38,77 % ↑	67,83 % ↑	58,57 % ↑

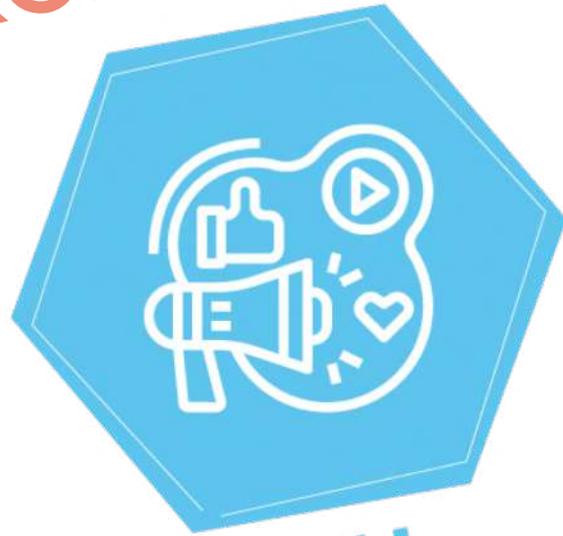
# WEITERE INSIGHTS VON WEBSALE

**FRAGERUNDE**

# WEBINAR-REIHE RIP PRESSEMITTEILUNG

Teil 1: Alternativen zur klassischen Pressemitteilung: Das Content Marketing

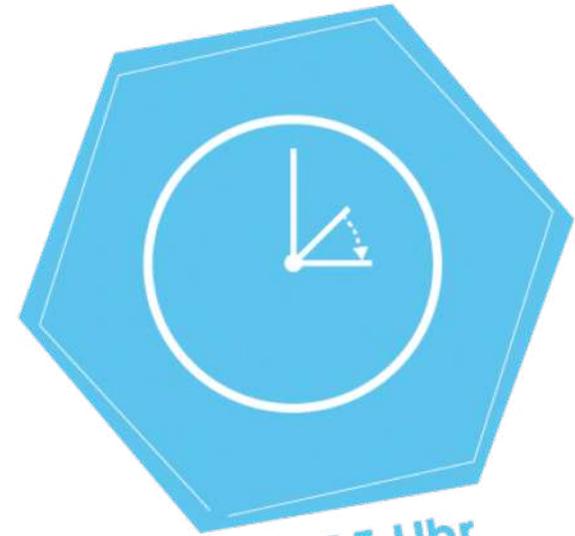
**MORGEN!**



Teil 1



09.04.2020



14 - 15 Uhr

Anmeldung unter: <https://www.eology.de/webinare/webinar-rip-pressemitteilung-teil-1>

Schön, dass ihr dabei wart!

