

# SYLLABUS

## MODUL 4:

# DIGITALER VERTRIEB UND MARKETING

## Einleitung

In diesem Modul geht es darum den TeilnehmerInnen zu zeigen, wie Sie Ihre Produkte und Leistungen online präsentieren können, wie man Leadmagneten aufbaut, wie man Besucher zu Kunden konvertiert und wie man Verkaufsprozesse erfolgreich digitalisiert und automatisiert. Die TeilnehmerInnen werden lernen, wie Sie Ihre Bestandskunden durch digitale Services besser betreuen können, um so die Kundenloyalität zu erhöhen und Up- und Cross-Selling zu steigern.

Dazu werden die verschiedenen digitalen Verkaufsstrategien sowie die dafür erforderlichen Werkzeuge des digitalen Verkaufs vorgestellt und Tipps zur effektiven Nutzung gegeben.

Ziel des Moduls ist, dass die TeilnehmerInnen am Ende ein Erstkonzept für ihre digitale Verkaufsstrategie erarbeitet haben, auf dem Sie ihr Online-Business weiter aufbauen können.

## Dauer

Dieses Modul umfasst in Summe 46 Einheiten, davon sind 16 Einheiten Präsenzzeit und 30 Einheiten Onlinestudium. Eine Einheit dauert 45 Minuten.

## Allgemeine Lernziele

Nach Abschluss des Moduls „Digitaler Vertrieb und Marketing“ sind die TeilnehmerInnen in der Lage:

- den digitalen Verkauf einzuordnen und zu erklären was er leisten kann,
- den digitalen Kunden wahrzunehmen und die Rolle von digitalen Inhalten bewusst zu werden,
- Strategien des digitalen Verkaufs zu formulieren,
- die Werkzeuge des digitalen Verkaufs und Marketings zu benennen und anzuwenden,
- Erfolgsmessungen aufzusetzen und einzusetzen,
- das Erstkonzept einer digitalen Verkaufsstrategie für das eigene Unternehmen zu entwickeln,

## Inhalt des Moduls

Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Themen des Moduls in der Präsenzzeit.

Präsenzzeit	
Zeit	Thema
0,5	Einführung Digitaler Verkauf
0,5	Der Digitale Kunde / Customer Journeys
2	Strategien des Digitalen Verkaufs
3	Werkzeuge des Digitalen Verkaufs: Content, Community & Conversion
1	Analytics, Monitoring, Erfolgsmessung und wichtige KPIs
0,5	Zusammenfassung und Fragen
0,5	Vorbereitung Onlinestudium und Workshop Teil 2
1	WarmUp: Case Studies
1	Workshop Personas - Interaktive Gruppenarbeit
1	Workshop Customer Journey - Interaktive Gruppenarbeit
4	Workshop Digital Sales Konzept - Interaktive Gruppenarbeit
1	Zusammenfassung und Fragen
<b>16</b>	<b>Einheiten</b>

Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Aufgaben des Online Studiums.

Online Studium	
Zeit	Thema
3	Online Präsentationen zum Digitalen Verkauf
3	Whitepapers zum Digitalen Verkauf
3	Videos zum Digitalen Verkauf
3	Fallstudien
8	Einrichtung und Kennenlernen von Werkzeugen
8	Erarbeiten eines Erstentwurfs der eigenen digitalen Verkaufsstrategie mit Vorlagen und Arbeitsblättern
2	Feedback-Schleifen mit Gruppe und Trainer
<b>30</b>	<b>Einheiten</b>

## Methode

*Projekt Connect SME Plus je sofinanciran iz Evropskega sklada za regionalni razvoj (ESRR) v okviru Programa čezmejnega sodelovanja Interreg V-A Slovenija-Avstrija 2014-2020.*

*Das Projekt Connect SME Plus wird vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) im Rahmen des Programms für grenzüberschreitende Zusammenarbeit Interreg V-A Slowenien-Österreich 2014-2020 mitfinanziert.*

Im Trainingsmodul werden verschiedene Lehr- und Lernmethoden in Form von Blended Learning verwendet. Die Präsenzzeit des Moduls „Digitaler Vertrieb und Marketing“ wird auf zwei Termine verteilt. Beim Ersttermin gibt es theoretischen Input in Form von Vorträgen mit PowerPoint-Präsentationsbegleitung, kurzen Videos, repräsentativen Fallbeispielen und einer interaktiven Frage- und Diskussionsrunde. Nach dem Ersttermin wird das E-Learning Modul für die TeilnehmerInnen freigegeben. Im Selbststudium erarbeiten die TeilnehmerInnen die vorhandenen PowerPoint-Präsentationen, Videos und Whitepapers und studieren die Fallstudien und arbeiten die Aufgabenstellungen aus. Mit Hilfe eines Leitfadens erarbeiten die TeilnehmerInnen schließlich für Ihr eigenes Unternehmen einen ersten Entwurf einer für Sie passenden „Digital-Sales-Strategie“.

Danach wird der Zweittermin der Präsenzzeit abgehalten. Dieser ist praktisch ausgelegt und wird stark interaktiv und weniger strukturiert ablaufen. Für den Workshop werden verschiedene Aufgaben und Problemstellungen vorbereitet, die dann in Gruppenarbeiten erledigt werden. Die Ergebnisse werden innerhalb der Gruppe vorgestellt und gemeinsam diskutiert. Ziel ist die schrittweise Verfeinerung und Konkretisierung des Erstentwurfs aus dem Selbststudium hin zum eigenen Digital-Sales-Strategie-Konzept. Die geplante Gesamtdurchlaufzeit für alle drei Termine beträgt mindestens zwei Wochen, bis maximal drei Wochen.

## **Bewertung**

Bei Absolvierung aller Module erhält man eine Teilnahmebestätigung am Trainingsprogramm. Bei erfolgreicher Präsentation des Aktionsplans für Internationalisierung erhält der/die TeilnehmerIn eine Bestätigung über die erfolgreiche Absolvierung des SMEC+ Trainingsprogramms.

## **Literatur**

### **Basisliteratur**

Smith, C.: The Conversion Code: Capture Internet Leads, Create Quality Appointments, Close More Sales.

Kotler, P.: Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital.

Alpar, A., Koczy, M.; Metzen, M.: SEO - Strategie, Taktik und Technik.

Busche, L.: Powering Content: Building a Nonstop Content Marketing Machine.

Baggott, C.: Email Marketing By the Numbers.

Marshall, P., Krance, K., Meloche, T.: Ultimate Guide to Facebook Advertising.

Kaushik, A.: Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity.

Brady, R.: Conversion Tracking Using Google AdWords & Google Analytics: Are You Wasting Clicks?.

Kingsnorth, S.: Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing.

Redish, J.: Letting Go of the Words: Writing Web Content that Works.

Halvorson, K., Rach, M.: Content Strategy for the Web.

### **Weiterführende Literatur**

McGrath Gunther, R.: The End of Competitive Advantage: How to Keep Your Strategy Moving as Fast as Your Business.

Shepard, D. A.: Decision Making in Entrepreneurship.

Drucker, P.: The Practice of Management.

### **Weblinks**

<https://moz.com/blog>

<http://www.theseampost.com/>

<https://www.bluecorona.com/blog/digital-marketing-101>

<https://blog.marketo.com/>

<https://blog.hubspot.com/sales>

<https://www.salesforce.com/blog/category/sales.html>

<https://www.salesforlife.com/blog>

<https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=en>

<https://blog.google/products/ads/>