

Aktuelles Whitepaper von Bridge imp: „7 Erfolgsfaktoren für die Entwicklung einer Online-Marketing-Strategie“

München (Grünwald), 30. Oktober 2014 – Die fortschreitende Digitalisierung von Marketing- und Werbemaßnahmen konfrontiert die Unternehmenslandschaft mit neuen Herausforderungen, denn der Trend hin zu digitalen Kommunikationskanälen hält weiter an. Während die meisten Konzerne die Möglichkeiten des Online-Marketings bereits voll ausschöpfen, stellt das Thema gerade kleine und mittelständische Betriebe vor neue Aufgaben. Der Nachholbedarf in Sachen Online ist hier enorm, die Potenziale ebenso.

Denn durch eine zielgerichtete Erweiterung der Online-Präsenz lassen sich für Mittelständler vielfältige Vorteile in den Bereichen Kundengewinnung, Markenbildung sowie Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit sichern. Das Wichtigste dabei sind eine planvolle und konsequente Umsetzung durchdachter Strategien und die passende Integration verschiedener Kanäle in den bestehenden Marketing-Mix. Welche Online-Marketing-Strategie aber ein Unternehmen letztendlich wählt, hängt von dessen Zielen und Kapazitäten sowie finanziellen Möglichkeiten ab.

Antje Lenk, Geschäftsführerin von Bridge imp, kommentiert: „Sind die notwendigen Ressourcen und das erforderliche Know-how für die Umsetzung der Online-Marketing-Strategie intern nicht vorhanden, kann ein Interim Manager helfen. Zu dessen Kernaufgaben gehört es, Unternehmen vorausschauend zu beraten und bei den Herausforderungen im Bereich Online-Marketing operativ zu unterstützen. Er kann bestehende Schwachstellen lokalisieren und daraus passende Handlungsmaßnahmen ableiten sowie neue Ideen, Best Practice-Ansätze und Analysemethoden einbringen, welche eine klare Positionierung und Abhebung von der Konkurrenz vorantreiben. Denn mit Hilfe von erfahrenen Experten können Unternehmen selbst ohne große Digital-Erfahrung sehr schnell erste Erfolge verbuchen.“

Das Whitepaper von Bridge imp stellt die sieben wichtigsten Kriterien für die erfolgreiche Entwicklung einer Online-Marketing-Strategie knapp und übersichtlich vor: Klar definierte Ziele, Festlegen der Rahmenbedingungen, Wahl der richtigen Online-Marketing-Werkzeuge, präzise Erfolgskontrolle, Beobachten der Trends und Konkurrenz, klare Verteilung der Verantwortlichkeiten sowie die Unterstützung durch einen Interim Manager. Interessierte Unternehmen erhalten damit einen praxisnahen Leitfaden. Das Dokument kann [hier](#) kostenlos heruntergeladen werden.

Über Bridge imp:

Bridge imp GmbH & Co. KG mit Hauptsitz in München vermittelt branchenunabhängig und überregional ausgewählte, hoch qualifizierte Interim Manager für exekutive Aufgaben in mittelständische Unternehmen und Konzerne. Mit 24 Mitarbeitern an drei Standorten in Deutschland überbrückt Bridge imp temporäre Personalengpässe bei Auftraggebern und unterstützt bei strategisch wichtigen Aufgabenstellungen wie Unternehmenswachstum, Internationalisierung, Innovation und Sonderprojekte.

Pressekontakt:

Bridge imp GmbH & Co. KG

Cathleen Kehr

Tel.: +49 89 324922-27

ck@bridge-imp.com

www.bridge-imp.com