Checkliste Kampagnenerstellung

1 Grundlagen			
	Kommentar		
Zielgruppe Definieren Sie Ihre **Zielgruppe**. Für wen ist die Kampagne gemacht? ● Neue Kunden, die Ihr Unternehmen noch nicht kennen. ● Frühere Kunden, mit denen Sie lange nicht interagiert haben. ● Aktuelle Kunden, die sich regelmäßig mit Ihren Angeboten beschäftigen.			
Ziele Definieren Sie Ihre **Ziele**. Zum Beispiel: ● Erhöhen Sie Ihre soziale **Engagement-Rate**. ● Steigern Sie Ihre Einnahmen durch **Produktverkauf**. ● Steigern Sie die **Besucherzahlen** auf der Website.			
Thema Wählen Sie Ihr **Thema**. Zum Beispiel: ● Produkteinführungen. ● Soziale Werbekampagnen. ● Influencer-Marketing-Kampagnen.			
Zeitpunkt und Dauer ● Legen Sie Start- und **Enddatum** fest. ● Definieren Sie Termine für **Meilensteine**. ● Überprüfen Sie regelmäßig Ihren **Fortschritt**.			
Social Media Plattform ● Welche **Plattform** eignet sich für Ihren Auftritt? ● Bespielen Sie eine oder mehrere Plattformen?			

Budget • Welches **Budget** ist für Ihre Kampagne notwendig?	
Controlling Richten Sie **Controlling** ein. • Welche Kennzahlen dienen der **Erfolgsrate**? • Was konnte aus bisherigen **Aktivitäten** gelernt werden? • Welche **Vergleichszeiträume** werden angesetzt?	

2 Werbeinhalte

	Kommentar
Werbemittel Sammeln Sie die wichtigsten **Werbemittel**. • Hashtags, Call-to-Actions-Phrasen, Landingpages	
Produktion Produzieren Sie Ihren **Content**: • Texte • Bilder • Videos	☐ ☐ ☐

Optimierung Plattformabhängig optimieren Sie: ● Länge der Überschriften ● Bildgrößen ● Links ● CTA	☐ ☐ ☐ ☐

3 Bewertung

	Kommentar
Community Management ● Planen Sie Zeit für das Community Management ein. ● Kommunizieren Sie in **Echtzeit**.	☐ ☐
Werbung Analysieren Sie bezahlte und organische Werbung. ● Wurden **Ressourcen** effizient und zielgerichtet eingesetzt?	Ja ☐ Nein ☐

Kommentar