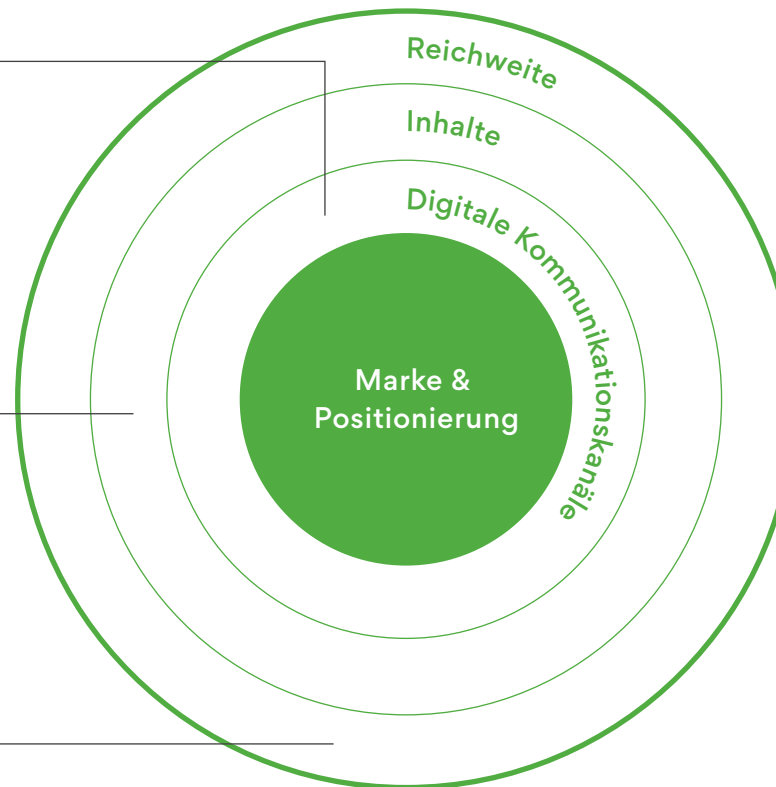


Was ist digitale Kommunikation?

Deine **digitalen Kanäle** repräsentieren dein Unternehmen. Wichtige Kanäle in der digitalen Kommunikation sind beispielsweise die Unternehmens-Website, Blogs, Social Media, Newsletter oder digitale Medien am POS/POI. Entscheidend für die Wahl der passenden Kommunikationskanäle ist die Frage, welche Kunden du bedienst.

Deine **Inhalte** sollten natürlich deine Positionierung stärken. Inhalte müssen deinen Zielgruppen einen Mehrwert bieten und relevant für sie sein. Außerdem sollten sie immer an die Spezifikationen des jeweiligen Kanals angepasst werden. Deine Inhalte kannst du in verschiedensten Formaten aufarbeiten, wie zum Beispiel Blogbeiträge, Videos oder Ratgeber.

Kanäle und Inhalte alleine führen nicht zum Erfolg. Die **Reichweite** ist ein Maßstab, der den Erfolg mitbestimmt. Der Aufbau von Reichweite gelingt über Social Media- und Google-Anzeigen, Suchmaschinenoptimierung sowie kontinuierliche und nachhaltige Kommunikation.



Bedeutung digitaler Kommunikation

Digitale Kanäle dienen mehr denn je als Kontaktpunkte zwischen dir und deiner Zielgruppe – egal ob Kunden, Patienten oder neue Mitarbeiter. Es ist wichtig, an allen Kontaktpunkten präsent zu sein. So kannst du deine Zielgruppe auf ihrer gesamten Reise begleiten. Wichtig ist, dass deine Zielgruppe immer im Zentrum aller Maßnahmen steht. Relevante Inhalte spielen auf allen Kanälen und in allen Stufen der Kundenreise eine Rolle.

Der Aufbau und das Management deiner digitalen Kommunikation unterstützen dich unter anderem dabei:

- qualifizierte, neue Mitarbeiter zu finden und dich als attraktive Arbeitgebermarke zu positionieren
- von neuen Kunden gefunden zu werden
- bestehende Kunden an dein Unternehmen zu binden
- dein Unternehmen als Lösungsanbieter zu positionieren
- Sichtbarkeit und Reichweite für deine Services und Angebote aufzubauen
- deine Produkte online aber, auch offline zu inszenieren