

Digital-Growth Teildisziplinen



Suchmaschinenoptimierung (SEO)

SEO ist die Basis für organische Sichtbarkeit. Neben technischen Aspekten (z. B. Ladezeit, Mobile Optimierung) ist Content mit Relevanz, Tiefe und E-E-A-T-Faktor wichtig. Ebenso Brand Signals und Entity-basierte Optimierung.

Content-Marketing mit Mehrwert

Nicht nur Keywords zählen – sondern Inhalte, die echte Probleme lösen und Nutzer wirklich weiterbringen. Inhalte sollten auf fundierter Recherche basieren, eine klare Zielsetzung verfolgen und strategisch geplant sein (z. B. nach dem Prinzip „ICP-first statt Keyword-first“)



E-Mail-Marketing & Marketing Automation

Automatisierte, zielgerichtete E-Mails (z. B. Onboarding-Sequenzen, Newsletter, Retargeting-Kampagnen) sind nach wie vor extrem effektiv – besonders in Kombination mit CRM-Systemen.



Social Media Marketing (organisch & Paid)

Gezielter Aufbau von Reichweite, Community-Management und kreative Kampagnen auf Plattformen wie LinkedIn, Instagram, TikTok oder X – ideal kombiniert mit Retargeting und Paid Ads.



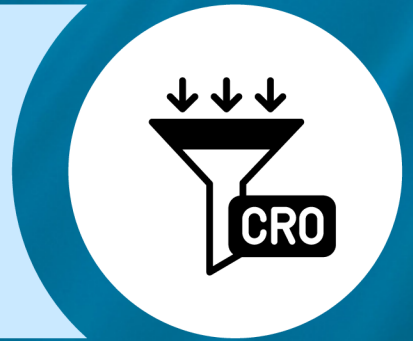
Performance-Marketing / Paid Ads

Google Ads, Meta Ads & Co. ermöglichen gezielte Reichweite und schnelle Tests. Besonders effektiv: Kampagnen entlang des Funnels – von Awareness bis Conversion.



Conversion-Rate-Optimierung (CRO)

Was bringt Traffic, wenn er nicht konvertiert? Nutzerführung, Trust-Elemente, klare Call-to-Actions und A/B-Tests sind zentrale Stellschrauben zur Umsatzsteigerung.



Produkt- und Feature-orientiertes SEO

Nutze deine Produktstruktur aktiv zur Sichtbarkeit: z. B. durch Toolverzeichnisse, Vorlagen-Bibliotheken oder interaktive Features.



Local SEO & Google My Business

Für lokal agierende Unternehmen ist ein optimierter Google Business-Eintrag mit Bewertungen, Bildern und regelmäßigen Beiträgen unverzichtbar.



Original Research & Thought Leadership

Unverwechselbare Inhalte durch eigene Studien, Datenauswertungen und Meinungsführerschaft – das schafft Differenzierung in einem zunehmend KI-dominierten Umfeld.

