
Arbeitsblatt: Online- und Offline-Marketing sinnvoll verzahnen

Nutzen Sie dieses Arbeitsblatt direkt nach dem Fachartikel. Arbeiten Sie mit konkreten Belegen statt mit allgemeinen Einschätzungen.

1. AUSGANGSLAGE

Welche Entscheidung oder Veränderung steht an?

Welches Ergebnis soll dadurch entstehen?

Wer ist verantwortlich und bis wann?

Welche Annahme ist noch nicht belegt?

2. PRÜFFELDER

- ☐ Von Zielgruppe und Entscheidung ausgehen: Notiz, Beleg und nächster Schritt
- ☐ Online-Kanäle gezielt einsetzen: Notiz, Beleg und nächster Schritt
- ☐ Offline-Kanäle nutzen: Notiz, Beleg und nächster Schritt
- ☐ Eine Botschaft über alle Kontaktpunkte: Notiz, Beleg und nächster Schritt
- ☐ Übergänge messen: Notiz, Beleg und nächster Schritt
- ☐ Einen 90-Tage-Test planen: Notiz, Beleg und nächster Schritt

3. RISIKEN UND GRENZEN

Was kann die Umsetzung stoppen?

Welche fachliche oder rechtliche Klärung ist erforderlich?

Welche Alternative steht bereit?

Woran erkennen Sie früh, dass eine Anpassung nötig ist?

4. ENTSCHEIDUNGSPROTOKOLL

Punkt	Entscheidung	Verantwortlich	Termin
Wichtigster nächster Schritt			

Punkt	Entscheidung	Verantwortlich	Termin
Offener Beleg			
Review			

5. KONTROLLFRAGEN

- ☐ Ist Online-Marketing günstiger als Offline-Marketing?
- ☐ Welche Offline-Maßnahme eignet sich für Startups?
- ☐ Wie viele Kanäle sollte man gleichzeitig nutzen?

Merksatz: Zeichnen Sie den Weg vom ersten Kontakt bis zum Auftrag auf eine Seite. Jede Lücke ohne Verantwortlichen oder nächsten Schritt kostet mehr als ein fehlender Kanal.