1. Das Thema meines Präsentation ist Internetmarketing und traditionelles Marketing.
2. Meine Präsentation besteht aus:Definitionen von Internet- und traditionellem Marketing, Arten des Marketings sowie Vor- und Nachteilen von Internet- und traditionellem Marketing sowie einer Zusammenfassung.
3. **Ich möchte damit *Was ist Internet-Marketing* beginnen?**

**Als Internetmarketing** versteht man Kommunikations- und Werbeaktivitäten im Internet (Website, Blog, Google-Suchmaschine, Social Media, E-Mail), die darauf abzielen, die Zielgruppe mit einem Angebot zu erreichen, um Markenbekanntheit und Markenwahrnehmung.

1. **Was ist *traditionelles Marketing*?**

**Unter dem *Traditionellen Marketing*** versteht man alle Aktivitäten, die offline durchgeführt werden. Verbreitungsort im klassischen Marketing sind alle Arten von Bannern und Plakaten, aber auch kleinere Formen wie Flugblätter, Broschüren und Presseanzeigen. Dazu gehören nicht nur Werbungen, die sich zum Beispiel im städtischen Raum befinden. Auch Fernseh- und Radiobotschaften sind klassische Werbung.

1. **Arten des Internetmarketings:**

**SEM (Serch Engine Marketing):** Kurz gesagt handelt es sich um die Förderung einer Website durch bezahlte Werbung. SEM ist jedoch ein umfassenderes Konzept – es umfasst auch SEO- und PPC-Aktivitäten, und alle diese Aktivitäten stehen im Zusammenhang mit Suchmaschinenmarketing.

**SEO (Search Engine Optimization):** ist die Positionierung von Websites. Diese Aktivitäten zielen auf eine bestmögliche Sichtbarkeit in der Google-Suchmaschine ab.

**PPC (Paid per Click)** sind bezahlte Werbeanzeigen, bei denen der Werbetreibende für jeden Klick auf den Link bezahlt.

**Social Media Marketing** – diese Art von Marketing zielt darauf ab, über soziale Medien (wie zum Beispiel: Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube oder Instagram) Traffic auf die Website zu generieren. Durch die aktive Nutzung sozialer Medien durch Unternehmen werden die Barrieren zwischen Unternehmen und Kunden abgebaut. Darüber hinaus sind Unternehmen zugänglicher und bauen Markentreue auf, was wiederum dazu führt, dass Kunden eher bereit sind, im Internet über sie zu sprechen und ihren Freunden Produkte oder Dienstleistungen zu empfehlen.

**E-Mail-Marketing** – heutzutage hat fast jeder ein E-Mail-Konto, aber nicht jeder hat ein Facebook-Konto. Dank einer solchen Kommunikation wird die Distanz zwischen dem Unternehmen und dem Kunden sicherlich verringert, und sie wird auch dazu beitragen, langfristige Beziehungen in großem Umfang aufzubauen.

1. **Arten des traditionellen Marketings:**

**Das Fernsehen** ist die beliebteste und bevorzugte Marketingplattform. Denn das Fernsehen ist aus jedem Haushalt nicht mehr wegzudenken. Die meiste Freizeit verbringen die Menschen vor dem Fernseher. Deshalb nutzen Unternehmen das Fernsehen, um für ihre Produkte zu werben.

**Radio** – Auch wenn das Radio eine Technologie der Vergangenheit ist, hat es bis heute nicht an Popularität verloren und es gibt immer noch einen großen Teil der Bevölkerung, der Radio zur Unterhaltung hört. Zum Beispiel auf dem Weg zur Arbeit.

**Außenbanner –** Bei dieser Art des Marketings bewerben Vermarkter ihre Produkte, indem sie Werbung auf Werbetafeln und mobilen Werbetafeln drucken.

**Networking** ist eine alte, aber sehr effektive Methode des traditionellen Marketings. Bei der Kontaktaufnahme sprechen Unternehmen ihre potenziellen Kunden direkt an und locken sie durch die Präsentation von Produkten an. Unternehmen organisieren Konferenzen, auf denen Menschen die Möglichkeit haben, Influencer, potenzielle Partner und aktuelle Kunden zu treffen.

1. V**or- und Nachteile des Internetmarketings**

**Vorteile:**

**• Interaktion mit Kunden.** - Im Online-Marketing ist der Nutzer nicht nur passiver Empfänger von Werbebotschaften, wie es im klassischen Marketing der Fall ist. Sie können einen Dialog mit der Marke führen und ihre Meinung als Reaktion auf die von der Marke gesendeten Botschaften äußern.

• **Umfangreiches Wissen über den Klienten und sein Verhalten.** - Dank Analysetools können Sie neben den demografischen Daten Ihrer Kunden, also Alter, Standort oder Geschlecht, auch etwas über deren Verhalten erfahren – wie viele Personen Ihre Website besucht haben, über welchen Kommunikationskanal oder sogar eine bestimmte Anzeige oder einen bestimmten Beitrag sie gepostet haben gefunden haben, welche Seiten sie angesehen haben, wie lange sie auf der Website verbracht haben oder wann sie das Surfen auf der Website abgebrochen haben.

**• Personalisierung.**

**• Unbegrenzter Zugriff auf Informationen.**

**Nachteile:**

• **Das Vertrauen der Kunden in Informationen im Internet.** Der Grad des Vertrauens in die im Internet enthaltenen Informationen hängt stark vom Alter des Empfängers ab..

• **Erreicht nur Internate.**

1. **Vor- und Nachteile des traditionellen Marketings**

**Vorteile:**

**Lokales Publikum erreichen.** Durch den Druck einer Anzeige in Ihrer lokalen Zeitung können Sie immer mehr lokale Kunden gewinnen und Ihr Geschäft steigern.

**Materialien können mehrfach verwendet werden.** Broschüren und Faltblätter können vom Kunden zum späteren Nachschlagen aufbewahrt werden.

**Informationen in gedruckter Form sind für Menschen einfacher zu verarbeiten und zu speichern**

**Nachteile:**

**Hohe Kosten**. - Unternehmen in Polen müssen Zehntausende für ein paar Sekunden Werbung im Fernsehen ausgeben und riesige Summen für Plakatwerbung bezahlen.

1. **Zusammenfassung**

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Internetmarketing gezielt den potenziellen Kunden erreicht, kostengünstiger und dynamischer ist, was auch dazu beitragen kann, dass der Verbraucher aktiv wird, und dass die Auswirkungen einer solchen Kampagne messbar sind. Allerdings ist es im traditionellen Marketing schwierig, die Auswirkungen zu messen, und selbst wenn die Ergebnisse nicht genau sind, ist die Werbung sehr allgemein gehalten und die Kampagnenkosten sind hoch.