

# TAG 1

So werden Sie gefunden!  
**Online und Social Media Marketing für  
Einsteiger:innen**

PPC Training

21.11. – 22.11.2023



Katja Oeller



WISSEN SIE WIE IHRE KUNDEN TICKEN?

WISSEN SIE WIE SIE TICKEN?

## SPRECHEN SIE DIE SPRACHE IHRER KUNDINNEN?

Wissen Sie, warum Kunden kaufen? Bei Ihnen? Jetzt?  
Kennen Sie die Kaufauslöser Ihrer Kunden?

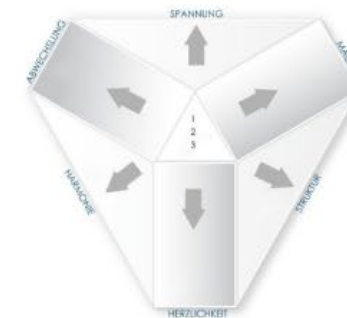
Es ist bewiesen:  
Nicht der Verstand, sondern das Unterbewusstsein  
entscheidet über den Kauf oder Nichtkauf.

Der Weg zum Kunden ist für viele holzig.

Doch wir finden den idealen Weg zum Kunden gemeinsam mit Ihnen mithilfe von Neuromarketing – das auf neurowissenschaftliche Studien basiert. Gemeinsam durchleuchten wir Ihre persönlichen "Neuro-Werte" und zeigen Ihren (Wunsch-)Kunden Ihre Besonderheiten.

**stark & erfolgsorientiert**  
**strukturiert & zielgerichtet**

Wir sind seit 2008 zertifiziert als **Marketing & Multimedia-Coach** und beschäftigen uns mit der **limbische Werbewirkung und Verkaufspsychologie**.







## **ENDLICH DURCH DIE EIGENE AUTHENTIZITÄT WACHSEN !**

**Und das gleich richtig – nicht mit einer normalen Positionierung – sondern gleich mit einer “limbischen” Positionierung.  
Das geht ganz einfach – mit den richtigen NEURO-TOOLS .**

### **Bist Du vor der Gründung – oder schon mitten im Geschehen?**

Egal wo du jetzt stehst, manchmal stockt es, oder? Doch woran liegt das?  
Liegt es am Mindset? Liegt es an unternehmerischen Schwierigkeiten? Liegt es an kaufmännischen Hürden? Liegt es an der mangelnden Abgrenzung zum Wettbewerb?

☑ Das 5-Schritte-Programm

Katja Oeller-Babitsch

# POSITIONIERUNG

mit der

## Marketing-Optimierungsmethode

inkl. NEURO-WERTE-MAP  
& Selbstcoaching-Tools



Die Marke einfach selbst entwickeln  
- in 5 Schritten zur Positionierung

ARBEITSBUCH - POSITIONIERUNG

# BUSINESS WALK & TALKS

<https://katja-oeller.com/business-walk-talk/>



## NOVEMBER

Termin:  
FR 24.11.2023 – 17h – 18:30h

Ort:  
Stadtpark (Wien)

Treffpunkt:  
Dr. Karl Lueger-Denkmal – Dr. Karl  
Lueger-Platz (U3 Stubentor)

**Bei einem kleinen Spaziergang spricht es sich oft leichter.  
Keiner sitzt verkrampt oder bleibt auf dem Sessel kleben.**

abwechselnd Freitag Nachmittag bzw. Samstag Vormittag  
Der Ort wechselt jedes Mal – Wien / Niederösterreich.  
Die Walk & Talks sind auf gut betonierte Wegen und somit allwettertauglich.



# GRÜNDUNGs-WIKI

by KATJA OELLER

Gratis-Zugang  
für 2023



<https://katja-oeller.com/gruendungs-wiki>



# TAG 1

Marketing Basics:  
Strategie, Zielgruppe, Botschaft

Online Basics – Webseiten:  
Usability, Rechtliches & Google

Web-Visitenkarte >< Shop

Texte - verkaufsorientiert

Bilder & Bildsprache

Blog & Newsletter

# TAG 2

Social Media Basics

Facebook

LinkedIn

Instagram

YouTube, Pinterest

Content Strategie

Kaufen ist wie Zahnweh ....

WARUM SOLL DER KUNDE TROTZDEM KAUFEN ?





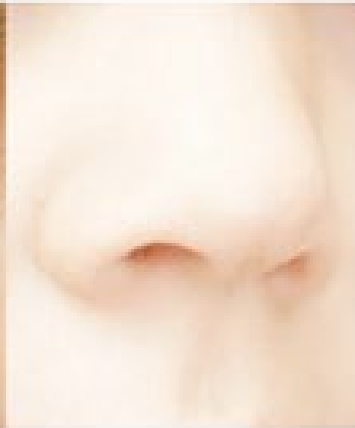
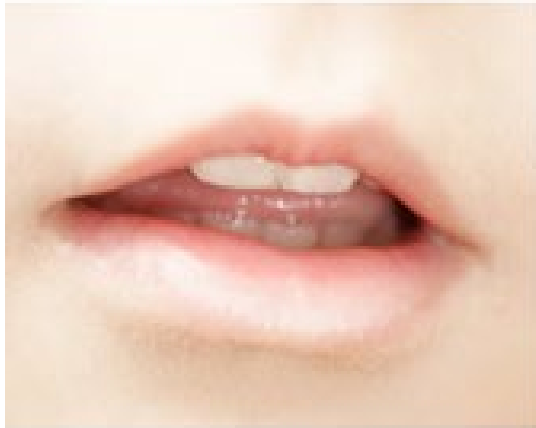
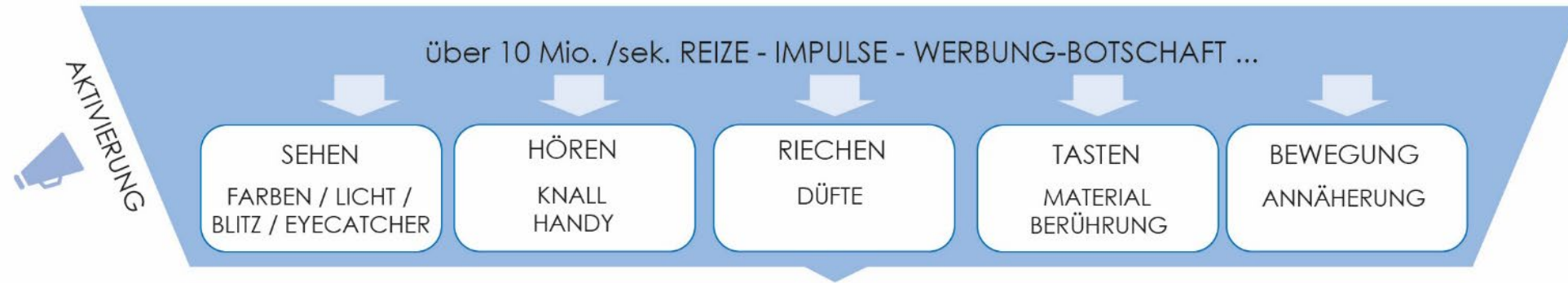
A man with short brown hair, wearing a light blue polo shirt, is seen from the back and side in a grocery store aisle. He is holding two bottles of cooking oil, one in each hand, and looking at the shelves. The shelves are stocked with various products, including bottles of Thai sauce, olive oil, Bragg's apple cider vinegar, and other condiments. The lighting is bright, and the overall scene is a typical grocery store aisle.

WOFÜR ENTSCHEIDET SICH DER KUNDE ?

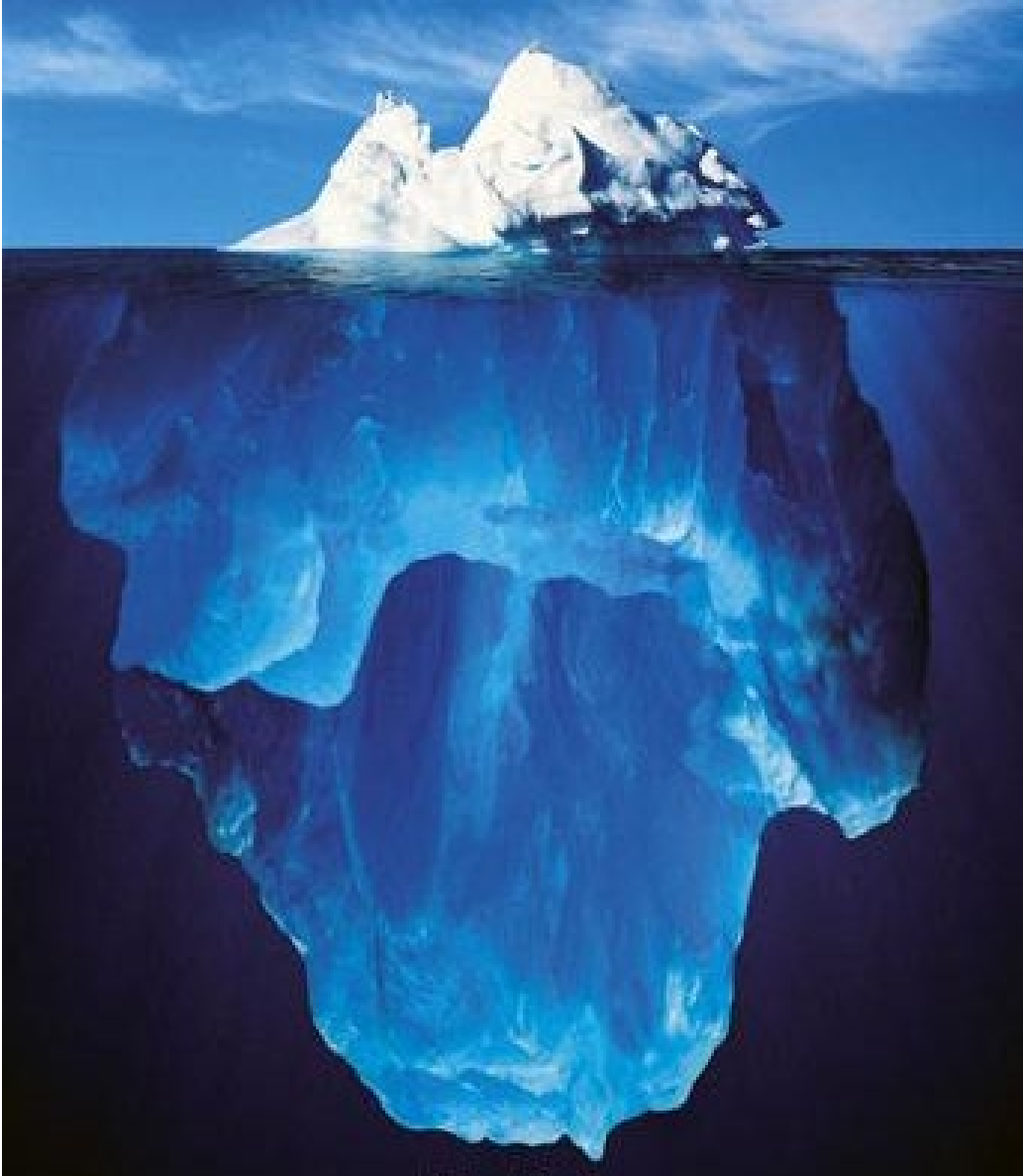


# „KAUF-ENTSCHEIDUNGS-TRICHTER“<sup>©</sup>

Was ist notwendig, damit der Mensch kauft?  
Wann entscheidet der Mensch zu kaufen? Wie entscheidet der Mensch?



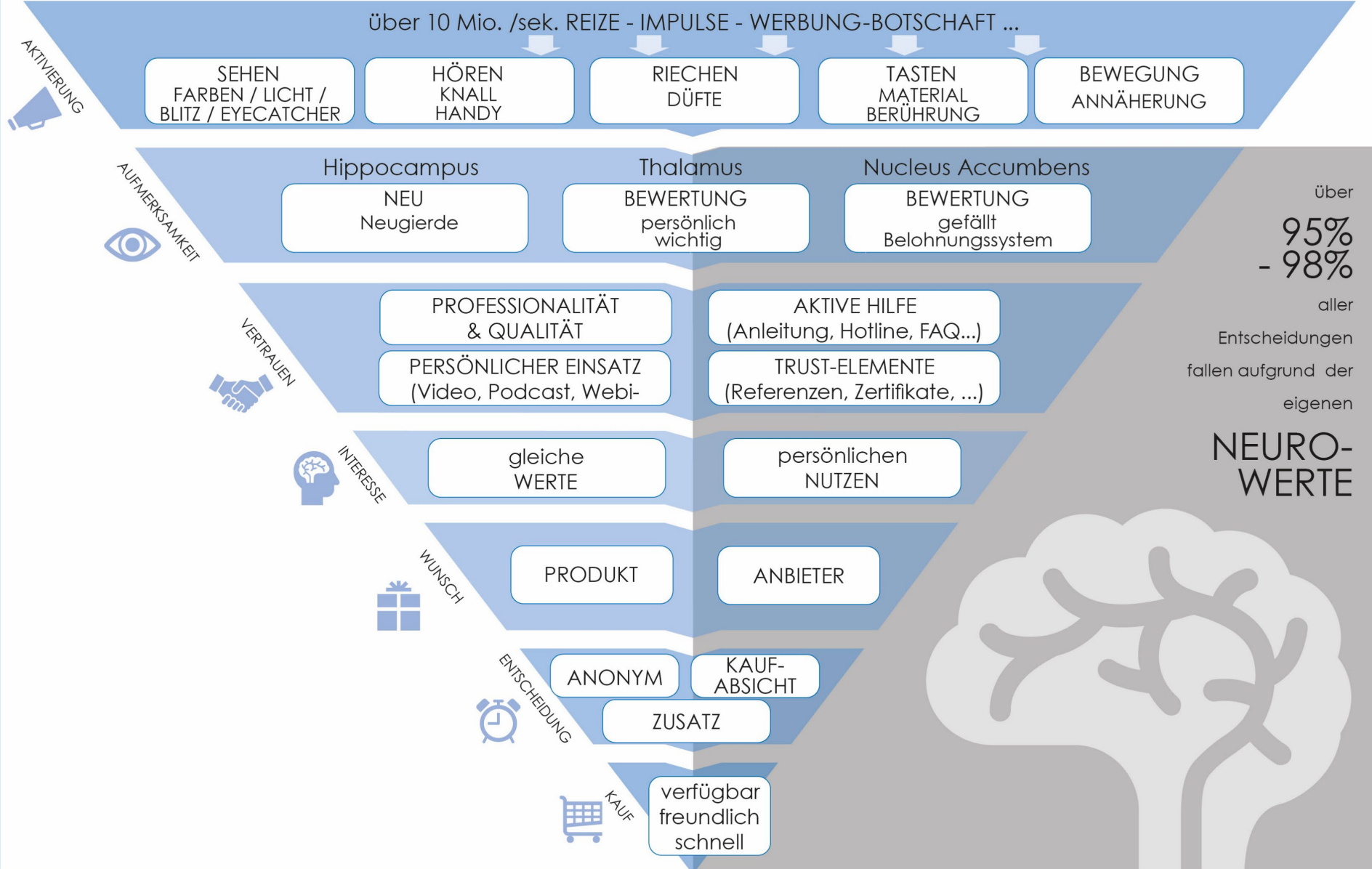




# „KAUF-ENTSCHEIDUNGS-TRICHTER“<sup>®</sup>

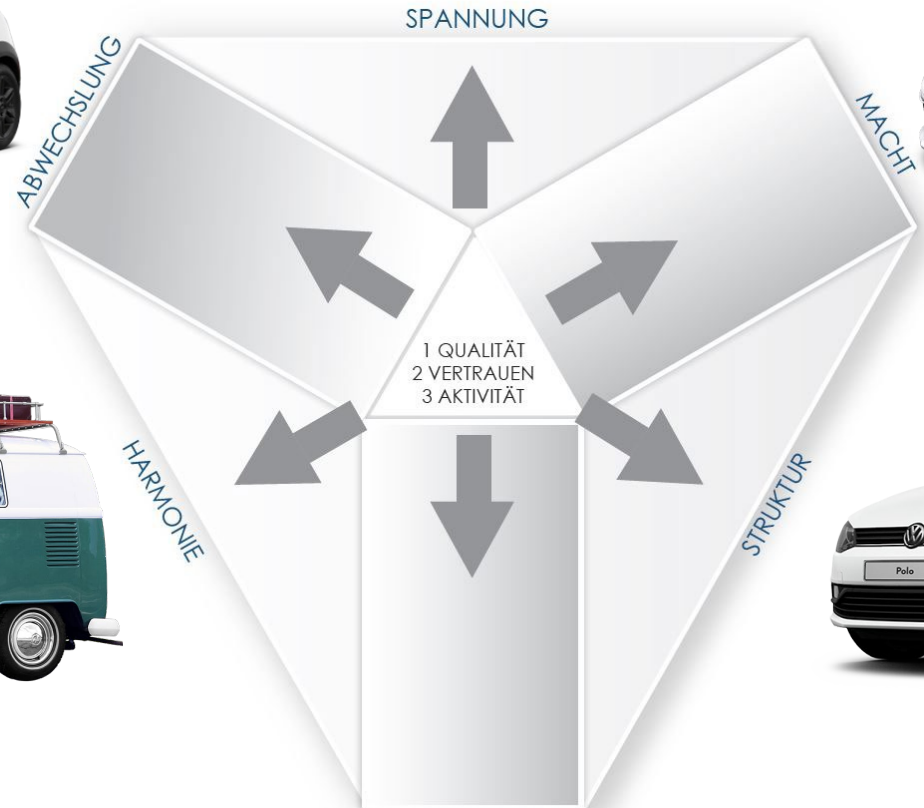
Was ist notwendig, damit der Mensch kauft?  
Wann entscheidet der Mensch zu kaufen? Wie entscheidet der Mensch?

Über 10 Mio. /sek. REIZE - IMPULSE - WERBUNG-BOTSCHAFT ...



über  
**95%**  
- **98%**  
aller  
Entscheidungen  
fallen aufgrund der  
eigenen

**NEURO-  
WERTE**





SPANNUNG



ABWECHSLUNG

MACHT



1 QUALITÄT  
2 VERTRAUEN  
3 AKTIVITÄT

HARMONIE

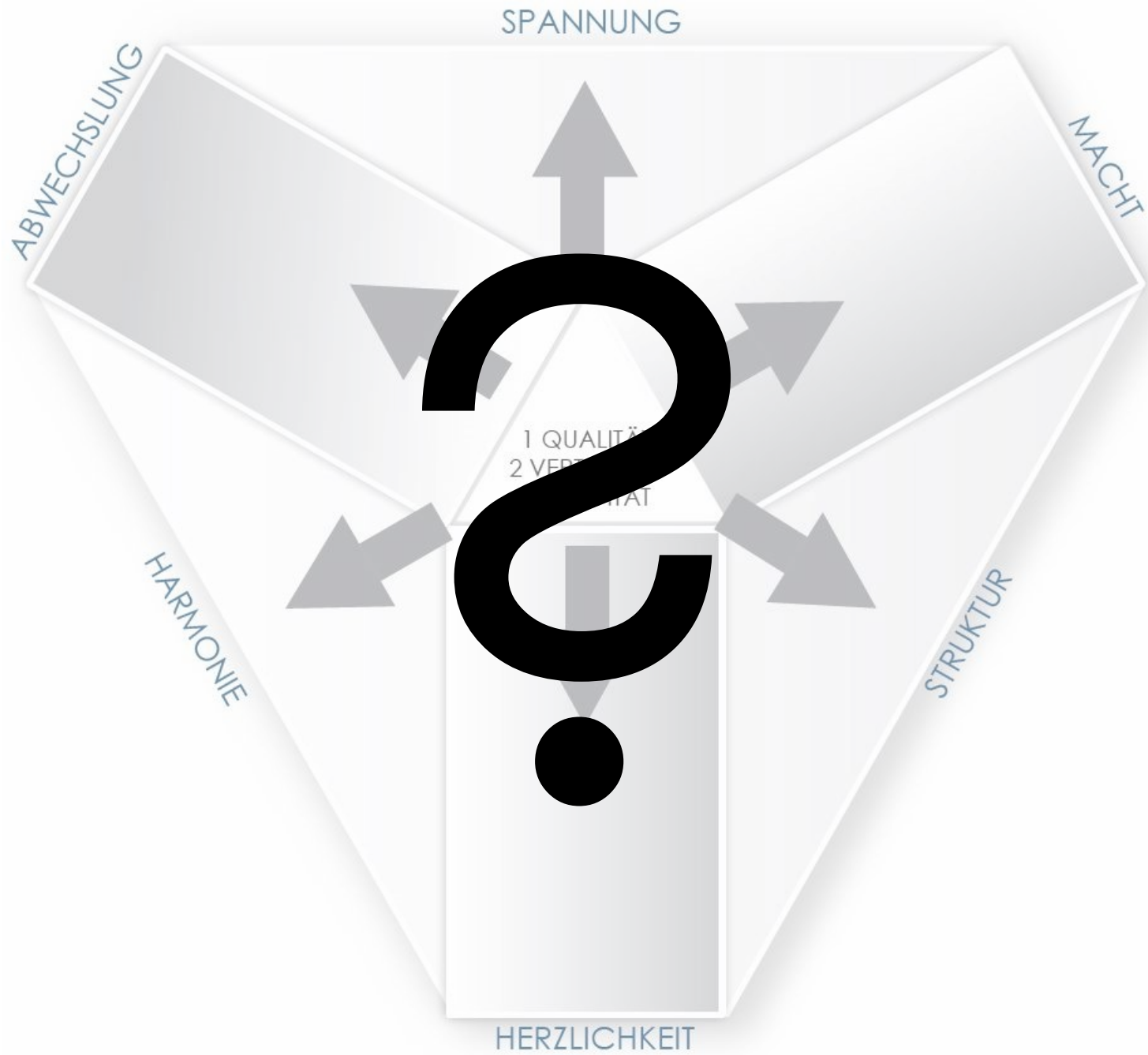
STRUKTUR



HERZLICHKEIT







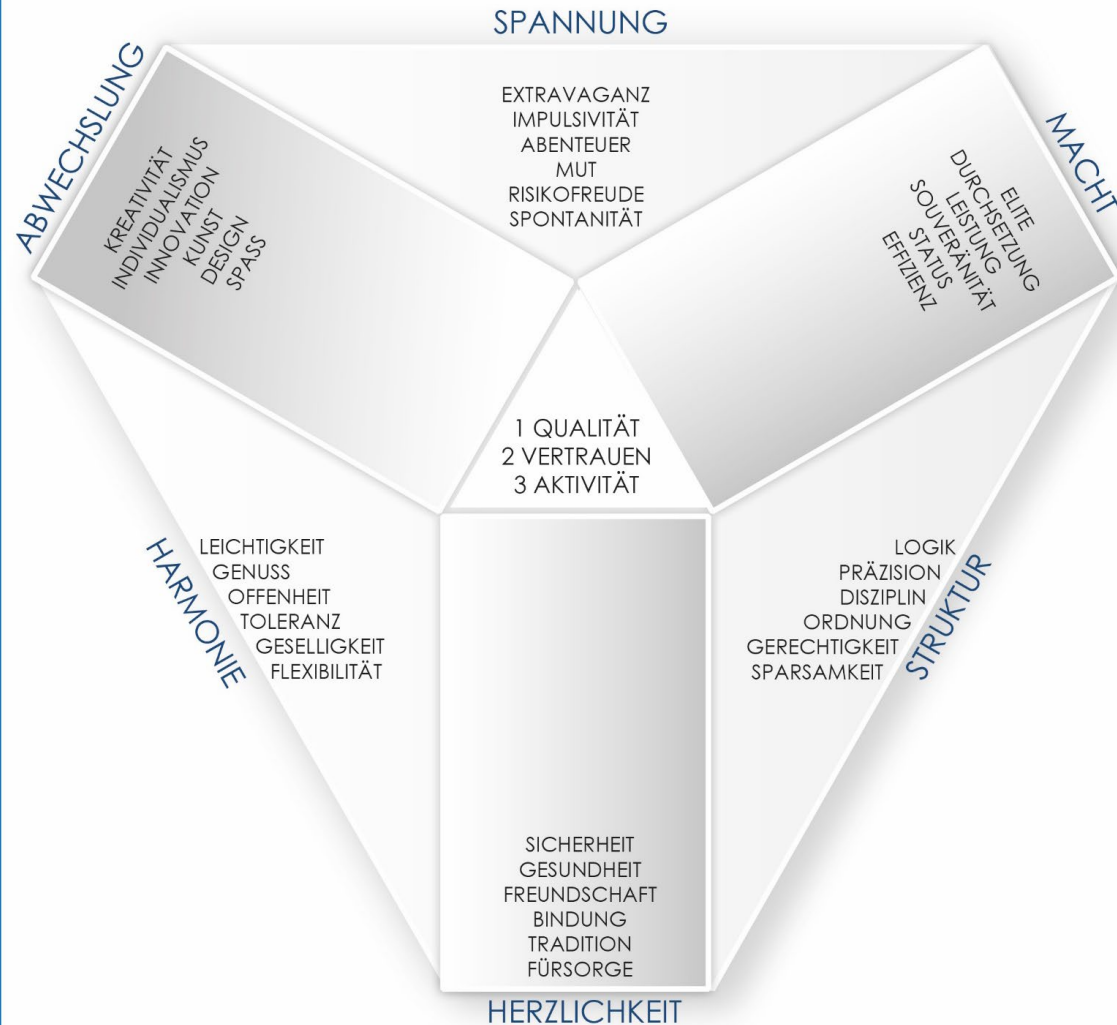
ARBEITSBLATT: **WERTE-FINDUNG**

FRAGE:

JA - trifft zu

NEIN – trifft nicht zu

# „NEURO-WERTE-MAP©“



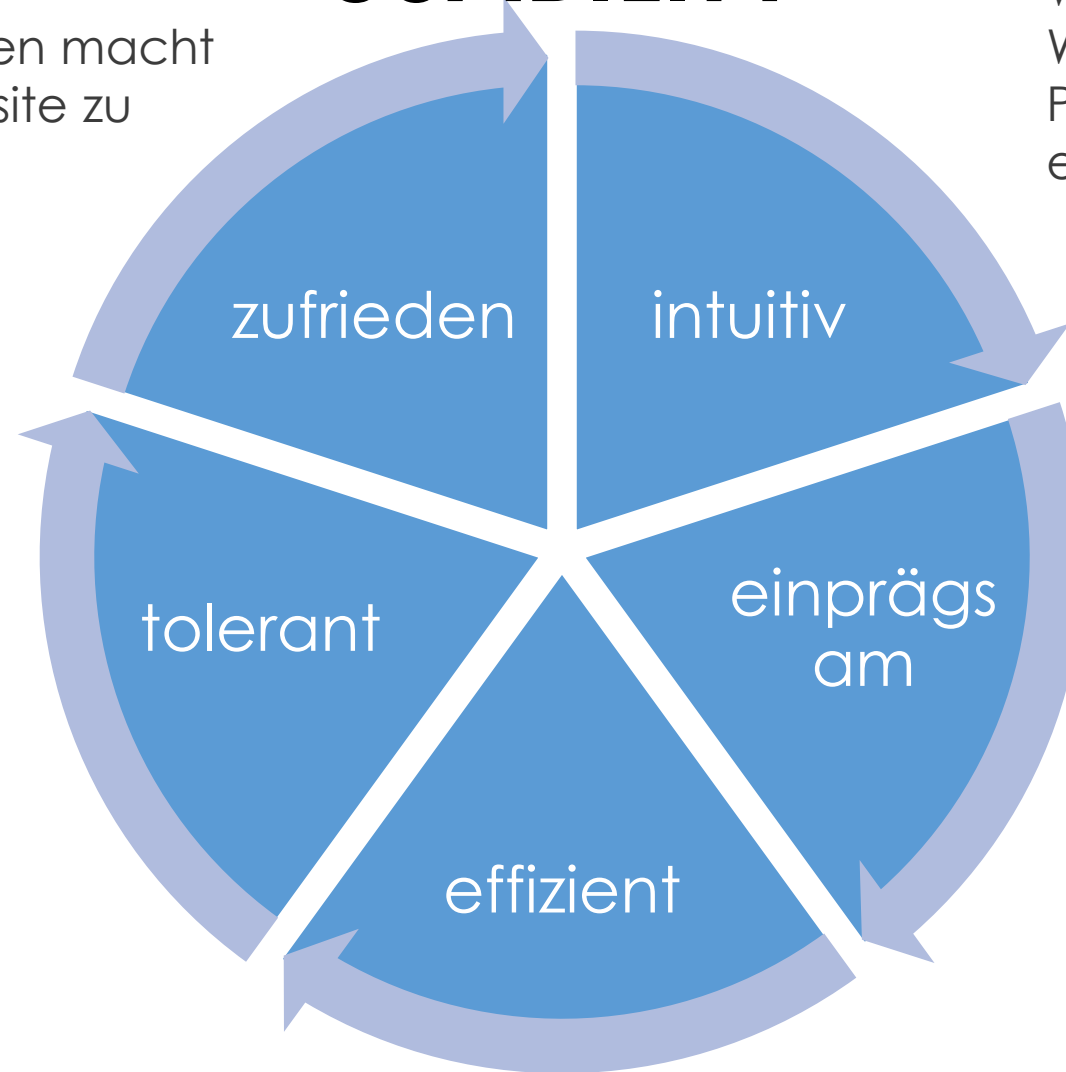
TOOL zur  
LIMBISCHEN /  
AUTHENTISCHEN  
POSITIONIERUNG

Es gibt 3 Grundwerte  
und 42 Wertebegriffen,  
die in 6 verschiedene  
Richtungen zeigen.

# USABILITY

Wie viel Vergnügen macht es, mit einer Website zu interagieren?

Wie einfach ist es, die Webseite oder das Produkt/Dienstleistung auf den ersten Blick zu verstehen?



Wie häufig passieren Fehler bevor das Ziel erreicht wird? Sind die Fehler verzeihbar?

Ist die Seite gut einprägsam, so dass beim 2. Besuch die Funktionsweise wieder klar ist.

Wie schnell kann das Gewünschte gefunden werden?



**RECHTLICHES**

**IMPRESSUM  
DSGVO**

# RECHTLICHES - IMPRESSUM

BSP Tischlerei: EINZELUNTERNEHMEN - nicht im Firmenbuch eingetragen	
Name	Max Muster
Standort der Gewerbeberechtigung bzw. volle geografische Anschrift	4711 Musterdorf Musterstraße 12   Austria
Kontakt Daten (Tel, E-Mail)	Tel: +43 XXX XXXX E-Mail: email@muster.domain
UID-Nummer	UID-Nr: ATU12345678
Unternehmensgegenstand	Tischlerei

# RECHTLICHES - IMPRESSUM

Mitgliedschaften bei der Wirtschaftskammerorganisation	Mitglied der WKÖ, WKNÖ, Landesinnung Tischler, Bundesinnung Tischler
anwendbare Rechtsvorschriften und Zugang dazu	Berufsrecht: Gewerbeordnung: <a href="http://www.ris.bka.gv.at">www.ris.bka.gv.at</a>
Aufsichtsbehörde/Gewerbebehörde	Bezirkshauptmannschaft Musterstadt
Berufsbezeichnung	Meisterbetrieb
Verleihungsstaat	Meisterprüfung abgelegt in Österreich

# RECHTLICHES - IMPRESSUM

<p>Angaben zur Online-Streitbeilegung</p>	<p>Verbraucher haben die Möglichkeit, Beschwerden an die OnlineStreitbeilegungsplattform der EU zu richten: <a href="http://ec.europa.eu/odr">http://ec.europa.eu/odr</a>.</p> <p>Sie können allfällige Beschwerde auch an dieoben angegebene Mail-Adresse richten.</p>
---	---



# RECHTLICHES - DSGVO (EU)

- DSGVO-pflichtig = alle Unternehmen
- Daten von EU-Bürger:innen
- Personenbezogene Daten
  - Daten einer natürlichen Person
  - wenn damit eine natürliche Person identifiziert oder identifizierbar ist.
  - BSP: Kreditkarte, Sozialversicherung, Mail, Adresse und Geburtsdatum
  - BSP: personenbezogene Daten auf einer Rechnung

# RECHTLICHES - DSGVO (EU)

- = Erhebung der Verarbeitungsvorgänge (Speicherung der Daten)
- !! Einverständnis
- !! Cookie-Banner
- !! Hinweis auf der Webseite – eigene DSGVO-Seite & Kontaktseite
- !! Sicherung der Daten
- !! Keine Weitergabe an Dritte
- !! Vorsicht bei Anbieter aus Nicht-EU
- !! Kein Google Analytics, keine Google Fonts
- !! Löschung

# RECHTLICHES - DSGVO (EU)

BSP – Copyrights: <https://www.ratgeberrecht.eu>

## Datenschutz:

Der Schutz Ihrer persönlichen Daten ist uns ein besonderes Anliegen. Wir verarbeiten Ihre Daten daher ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (DSGVO, TKG 2003). Wir nehmen den Schutz Ihrer persönlichen Daten sehr ernst. Wir behandeln Ihre personenbezogenen Daten vertraulich und entsprechend der gesetzlichen Datenschutzvorschriften sowie dieser Datenschutzerklärung.

Die Nutzung unserer Webseite ist in der Regel ohne Angabe personenbezogener Daten möglich. Soweit auf unseren Seiten personenbezogene Daten (beispielsweise Name, Anschrift oder E-Mail-Adressen) erhoben werden, erfolgt dies, soweit möglich, stets auf freiwilliger Basis. Diese Daten werden ohne Ihre ausdrückliche Zustimmung nicht an Dritte weitergegeben.

Wir weisen darauf hin, dass die Datenübertragung im Internet (z.B. bei der Kommunikation per E-Mail) Sicherheitslücken aufweisen kann. Ein lückenloser Schutz der Daten vor dem Zugriff durch Dritte ist nicht möglich.

## Kontakt:

Wenn Sie uns per e-mail oder per Kontaktformular Anfragen zukommen lassen, werden Ihre Angaben inklusive der von Ihnen dort angegebenen Kontaktdaten zwecks Bearbeitung der Anfrage und für den Fall von Anschlussfragen bei uns gespeichert. Diese Daten geben wir selbstverständlich nicht ohne Ihre Einwilligung weiter.

# PW – Circus

Ein Passwort-System für alles

Vor meinem Fenster stehen 3 Bäume und 2 Sträucher.

V m F s 3 B & 2 S .fb

# BILD-QUALITÄT





# BILD-QUALITÄT



# BILD-QUALITÄT

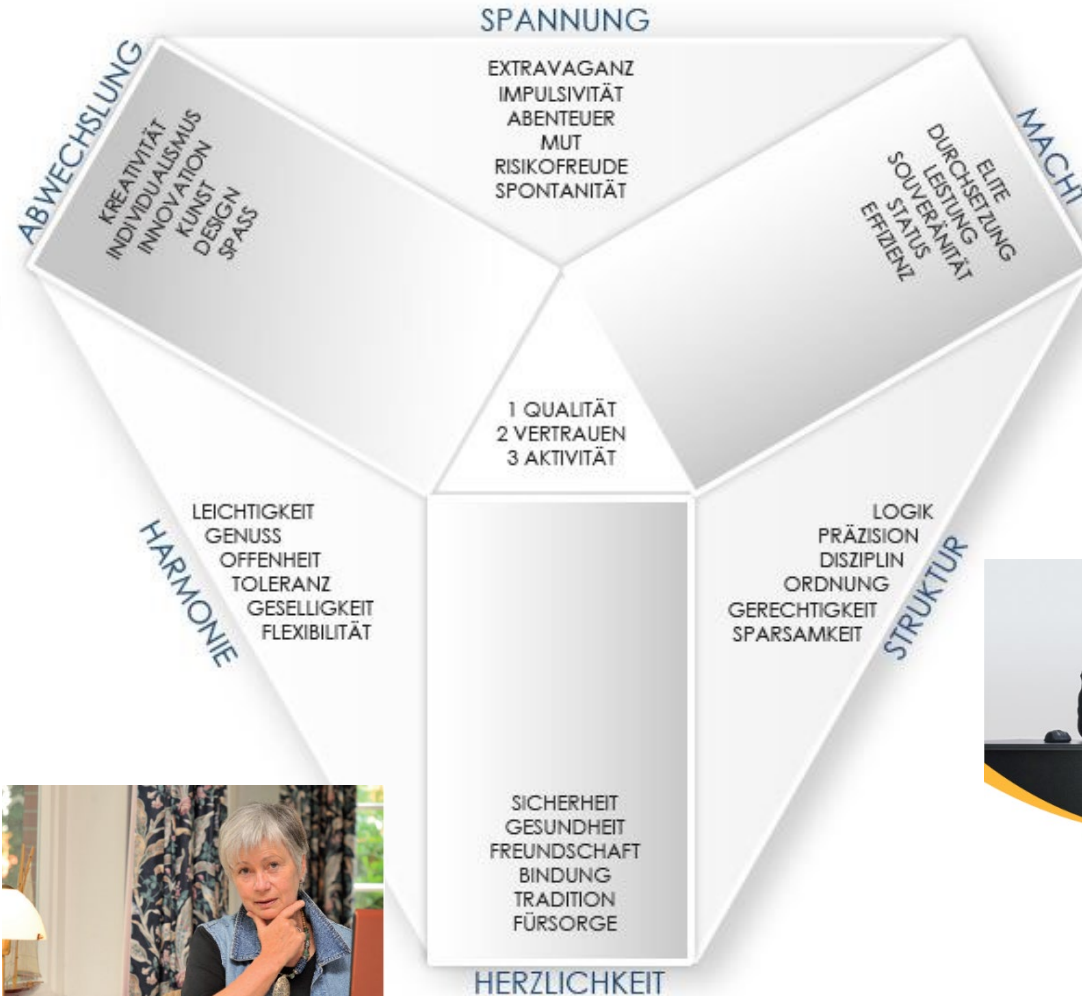


# BILD-QUALITÄT





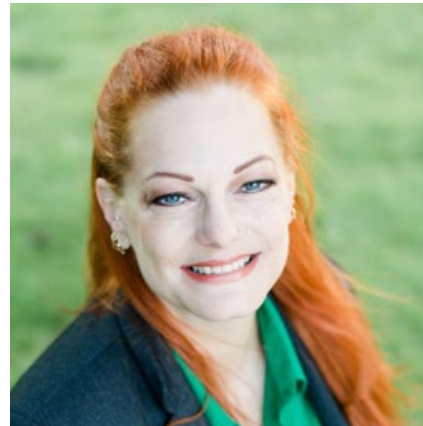
# BILDSPRACHE - Porträts



# Passend zur Firmenphilosophie

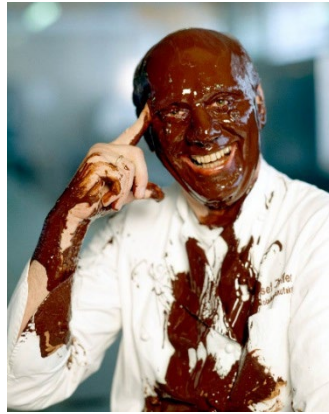


# Passend zur Firmenphilosophie





# Passend zur Firmenphilosophie



# **WEBSEITE**

**Webseite**

**Onpager**

**Landingpage**

**Blog**

**Foto-Galerie**

**Online Shop**

**Referenzen**

**Bewertungen**

# TEXTE für Leser

- Der Leser liest das zuerst, wo das Auge hinschaut
  - Bild – Bildtext
  - Hervorgehobener Text



# TEXTE für Leser

- Der Leser liest das zuerst, wo das Auge hinschaut
  - Bild – Bildtext
  - Hervorgehobener Text



# TEXTE für Leser

- Leser direkt ansprechen
  1. Problem ansprechen
    - Kennen Sie auch das Problem, dass ...
    - Fehlt Dir auch ...
  2. Ins Thema vertiefen
    - Was sie schon immer fragen wollten
  3. Lösung erklären
    - Wörter wie neu, anders, besser, individuell
    - Emotionale Wörter der Positionierung verwenden
  4. Zur Handlung auffordern
    - Jetzt anrufen
    - Mach Dir gleich einen Termin aus
    - gleich bestellen

# GOOGLE SEO

- Google möchte das beste Suchergebnis
- Google kann nur Wörter lesen
  - im Text – mind 600 Wörter
  - In den ersten 10% des Textes
  - im Titel und Zwischentitel
  - in der URL
  - im Dateinamen
  - im Bildnamen
  - Keyword & Meta-Beschreibung



# GOOGLE SEO

- Google vertraut Weiterempfehlung (Backlinks)
- Google liebt gut besuchte Seiten (Social Media, Plattformen)
- Google liebt Shops, Bilder & Videos (Extra-Anzeige)
- Google liebt Bewertungen

# GOOGLE MY BUSINESS

Google

proinvisio

Bilder Videos Vergleichswebsites News Jobwebsites Bücher Finanzen

Alle Filter | Suchfilter

Ungefähr 434 Ergebnisse (0,39 Sekunden)

Ergebnisse für **Brunn am Gebirge** · Region auswählen

proinvisio.com  
https://proinvisio.com

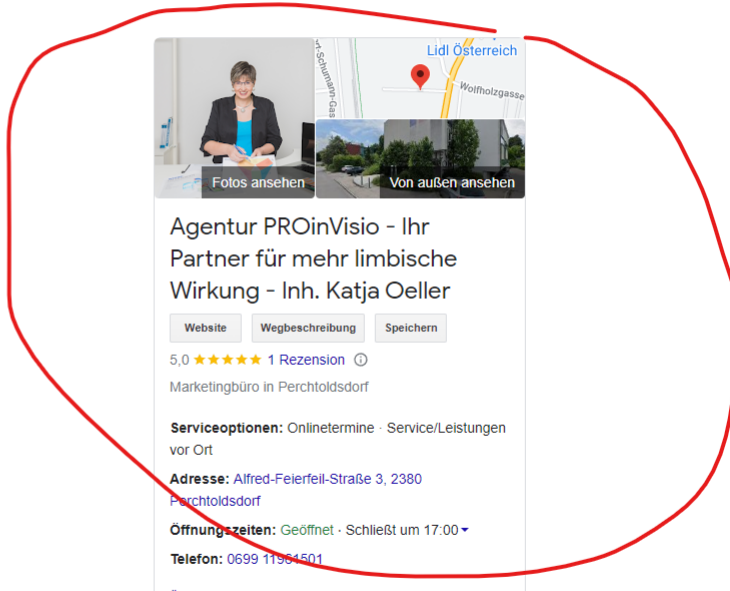
**PROinVisio**  
Sprechen Sie die Sprache Ihrer KundInnen? · Wissen Sie, warum Kunden kaufen? · Es ist bewiesen: · Der Weg zum Kunden ist für viele holprig. · Doch wir finden ...

- **Kontakt**  
show your own vision. Agentur PROinVisio DKKff. Katja Oeller ...
- **SHOP für Tools rund um ...**  
Diese Produkte sind sehr persönlich. Daher duzen wir in ...
- **Impressum & DSGVO**  
Agentur PROinVisio® – spezialisiert auf Marketing ...
- **Agentur-Portfolio**  
PROinVisio® ist eine Unternehmensberatungs- und ...

Weitere Ergebnisse von proinvisio.com »

Wer liefert was  
https://www.wlw.at » firma » agentur-proinvisio-inh-d...

**Agentur PROinVisio, Inh. Dipl.Komm.Kffr. Katja Oeller**  
Agentur PROinVisio, Inh. Dipl.Komm.Kffr. Katja Oeller, Alfred Feierfeitstraße 3, AT-2380 Perchtoldsdorf.



**Agentur PROinVisio - Ihr Partner für mehr limbische Wirkung - Inh. Katja Oeller**

Website Wegbeschreibung Speichern

5,0 ★★★★★ 1 Rezension

Marketingbüro in Perchtoldsdorf

**Serviceoptionen:** Onlinetermine · Service/Leistungen vor Ort

**Adresse:** Alfred-Feierfeit-Straße 3, 2380 Perchtoldsdorf

**Öffnungszeiten:** Geöffnet · Schließt um 17:00

**Telefon:** 0699 11964501

Änderung vorschlagen · Inhaber dieses Unternehmens?

**Termine:** proinvisio.com Dienstleister

[www.google.com/intl/de\\_at/business/](https://www.google.com/intl/de_at/business/)

Unternehmensprofil

Anmelden

Jetzt verwalten





Suchen Sie im Verzeichnis von  
**597.631 österreichischen Unternehmen**



[> Detailsuche](#)

 **ZERTIFIKAT  
Onlineshop/Lieferservice  
jetzt eintragen**

**Werden Sie Teil von regional-online-versorgt**  
Hinterlegen Sie das Zertifikat bei Ihrem Unternehmen

**Kooperationsbörse**  
Entdecken Sie neue Kooperationspartner

# Einfach. Besser. Entscheiden.

Suchbegriff z. B. CNC-Fräsarbeiten, Verpackungen, ...

oder

**Angebotsanfragen (Connect) - wlw findet für Sie passende Anbieter**

Anfrage erstellen und zeitnah relevante Anbieter erhalten.

100% kostenfrei  
 Nur relevante Anbieter  
 Datenschutzkonform [Kostenlose Anfrage erstellen](#)

640.000  
B2B-Anbieter

111  
Branchen

350.000  
Produkte

600.000  
Bilder und Videos

1 Million  
Einkäufer pro Monat



Ist deine Firma überall im Netz richtig eingetragen?

[ZUM GRATIS CHECK](#)

# Die richtige Firma finden, ohne lange zu suchen.

Jetzt geöffnet

[SUCHEN](#)

# Teste deine Business





# **TEXTE für Leser & Google**

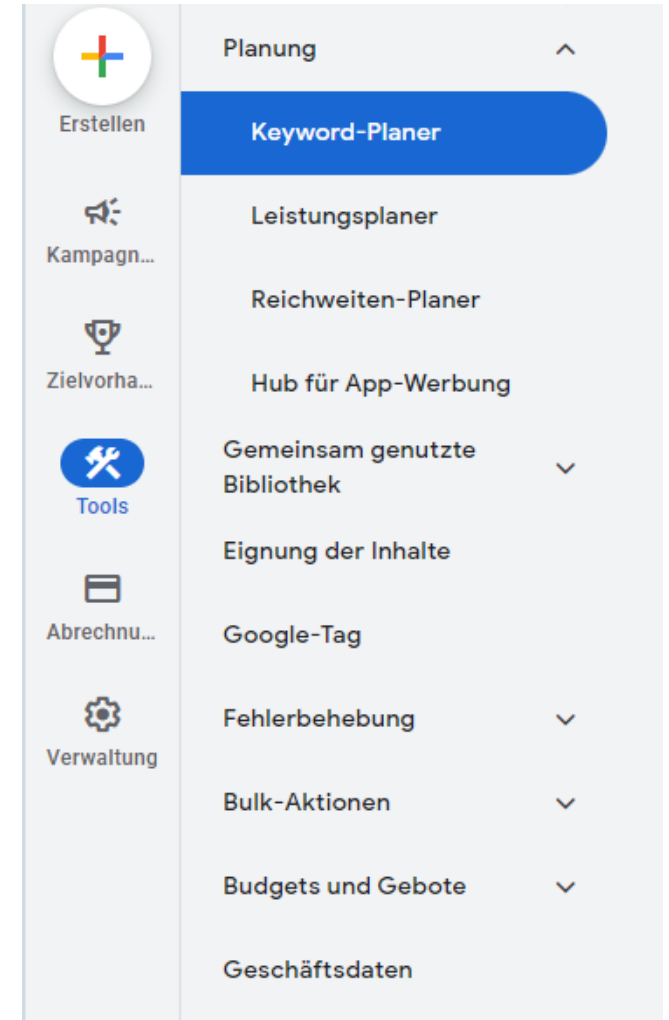
## **ÜBUNG**

**Text für die  
Startseite / Produktseite / Angebotsseite**

# GOOGLE SEA - Ads

Kampagne für Keywords

1. Google Ads Konto <https://ads.google.com/>
  2. Google Keyword Recherche (Tools-Keyword-Planer)  
!! Standort & Sprache??
  3. Erstellen Keyword-optimierte Seite (Landingpage)
  4. Google Werbeplatz (Auktion) => Anzeigerang
    1. Gebot (max. CPC)
    2. Anzeige Qualität
    3. Qualität der Seite (Landingpage)
      - Keyword
      - Ladezeit
- Keywords hinzufügen / ausschließen



# GOOGLE SEA - Ads

- CPM = Cost-per-Mille  
= Kosten pro 1.000 Impressionen
- CPC = Cost per Click  
= Kosten pro Klick
- CTR = Click-Through-Rate  
= Die genaue Klickrate,  
wie viel auf die Anzeige klicken

$$\text{CPM} = \frac{\text{Preis der Werbung}}{\text{Bruttoreichweite}} \times 1000$$

$$\text{CPC} = \frac{\text{Preis pro Anzeige}}{\text{Klicks auf die Anzeige}}$$

$$\text{CTR} = \frac{\text{Klicks auf die Anzeige}}{\text{Impressionen der Anzeige}}$$



Danke

Katja Oeller

<https://katja-oeller.com>