

WACHSTUMSSTRATEGIEN

Growth Hacking

0

Growth Hacking Einführung

Was verdient eigentlich ein...?

Growth Hacker

📍 Ort, Bundesland oder PLZ

Jobs finden



🏠 > Berufe > Growth Hacker

Gehaltsspanne: Growth Hacker in Deutschland



Bruttogehalt: ☒ pro Monat ☐ pro Jahr

> [Detaillierter Gehaltsvergleich](#)

Growth Hacker

Growth Hacker sind Marketing-Experten, die durch den gezielten Einsatz von Marketing-Strategien ein möglichst **kostengünstiges Wachstum von Unternehmen erzielen** wollen. Ihre Strategien werden auch als sogenannte *Hacks* bezeichnet, also ungewöhnliche Herangehensweisen an die Lösung eines Problems. Da die Strategien der Growth Hacker vor allem die Kosten minimieren sollen, werden sie häufig von Start-ups beauftragt, denen nur ein geringes Budget zur Verfügung steht.

Der Beruf des Growth Hackers wird häufig auch als *Growth-Managerin* oder *Growth Marketing Specialist* bezeichnet. Berufe, deren Aufgabenbereiche sich mit denen des Growth Hackers überschneiden, sind beispielsweise der *Betriebswirt für Werbung und Marketingkommunikation*, die [Online-Marketing-Managerin](#) und der [Social-Media-Manager](#).



Stepstone Gehaltsplaner

Finde jetzt heraus, wie du mehr verdienen kannst.

Gehaltsplaner starten



Growth Hacking

Einführung

- Growth Hacking entstand aus der Notwendigkeit von Startups und SaaS - Unternehmen, denen traditionelle Marketing Aktivitäten nicht ausreichten
- Vorhandene Methoden konnten den Wachstumsdrang nicht unterstützen
- “Standard” Marketing Ansätze haben nicht zum Ziel geführt (Zu teuer, zu ineffektiv)
- Wunsch und Drang nach Guerilla Methoden / Out of the Box thinking
- Die Lösung: Growth Hacking

1

Growth Hacking

Was ist Growth Hacking?

Growth Hacking ist eine **Marketing-Technik**, die angewandt wird, um das Wachstum eines Unternehmens durch bestimmte Taktiken ("Hacks") zu steigern. Es ist ein Prozess des **schnellen Experimentierens** über Marketingkanäle und Produktentwicklung, um **effiziente Wege** zu finden, ein Geschäft zu skalieren.

Growth Hacking

Was ist Growth Hacking? - Unterschied zu traditionellem Marketing

01

Beim traditionellen Marketing liegt der Fokus eher auf breiten Strategien, große Budgets und langfristige Planung.

Traditionell

02

Schnelle, datengetriebene Experimente, kreativer Einsatz von Ressourcen, kurzfristige, messbare Ziele

Growth Hacking

Growth Hacking

Was ist Growth Hacking? - Kernaspekte

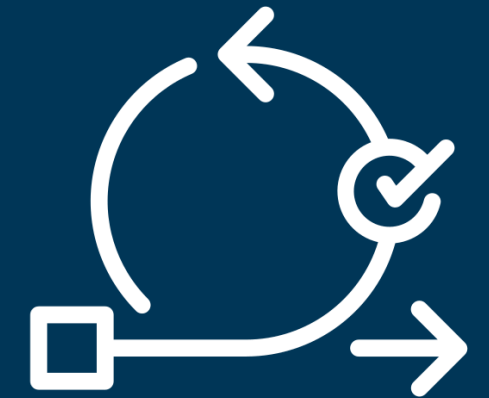
Datengesteuert

Entscheidungen basieren auf der gründlichen Analyse von erhobenen Daten.



Agil

Schnelle Umsetzung der Tests und Flexibilität im Unternehmen.



Experimentell

Kontinuierliches Testen und Anpassen ist sehr wichtig im Growth Hacking.

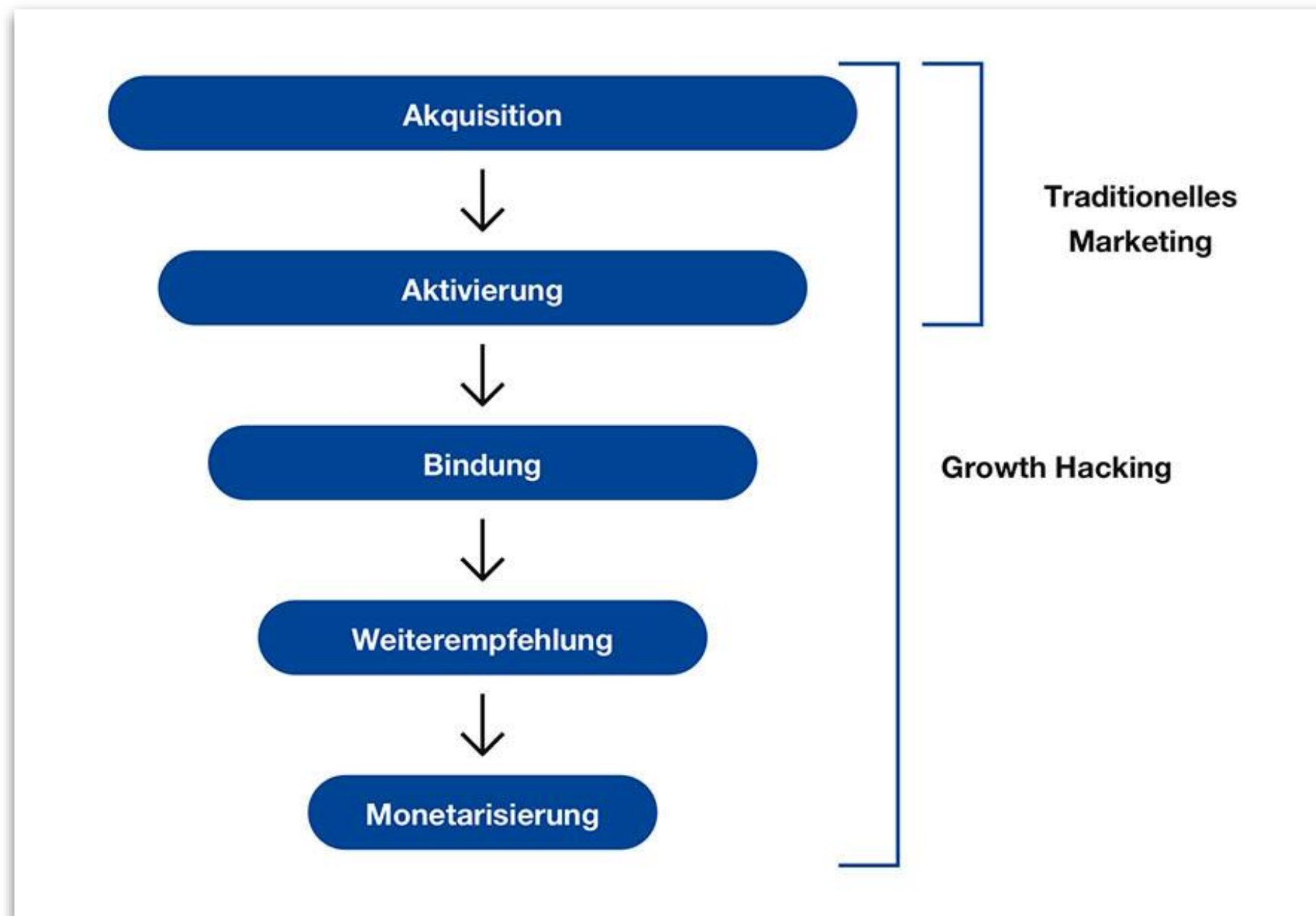


Nutzerzentriert

Fokus liegt auf Nutzererfahrung und -wert.

Growth Hacking

Was ist Growth Hacking? - AARRR - Framework



Quelle: <https://www.omt.de/uploads/2021/01/aaarr-framework-1.jpg>

AARRR-Framework

- Die Zielgruppe kommt auf die Website
- Interessenten beschäftigen sich mit dem Produkt und registrieren sich
- Nutzen das Produkt und werden aktiv
- Nutzer empfehlen das Produkt weiter
- Aktive Nutzer zum Kauf überreden

Growth Hacking

Was ist Growth Hacking? - Wesentliche Vorteile



Anpassung an die Marktdynamik

Growth Hacking ist wichtig, um in schnell veränderlichen, wettbewerbsintensiven digitalen Märkten erfolgreich zu sein.



Effizienz bei den Ressourcen

Es ermöglicht Unternehmen, mit begrenzten Ressourcen ein signifikantes Wachstum zu erzielen.



Treibt Innovation an

Growth Hacking fördert die Innovation und Kreativität in der Produktentwicklung und im Marketing.

2

Growth Hacking Beispiele von Unternehmen

Growth Hacking

Beispiele von Unternehmen



Dropbox

Dropbox: Nutzte ein einfaches **Empfehlungsprogramm**, das Benutzern mehr Speicherplatz für jede erfolgreiche Empfehlung gab, was zu schnellem Nutzerwachstum führte.



Airbnb

Erhöhte die Sichtbarkeit durch **Integration mit Craigslist** und verbesserte die Anziehungskraft der Inserate durch professionelle Fotos.



PayPal

Förderte das Nutzerwachstum durch finanzielle Anreize (z.B. Cashback-Aktionen) für neue Anmeldungen und **Nutzerempfehlungen**.

Growth Hacking

Beispiele von Unternehmen



Gymshark

Setzte auf **Influencer-Marketing** in sozialen Medien, um seine Fitnessbekleidung zu bewerben und baute so schnell eine engagierte Community auf.



Dollar Shave Club

Nutzte **virales Video-Marketing**, um Markenbekanntheit zu schaffen und zog Kunden mit einem einfachen, preiswerten Abonnementmodell an.

3

Growth Hacking On-Page Strategien

3.1

On-Page Strategien
FOMO

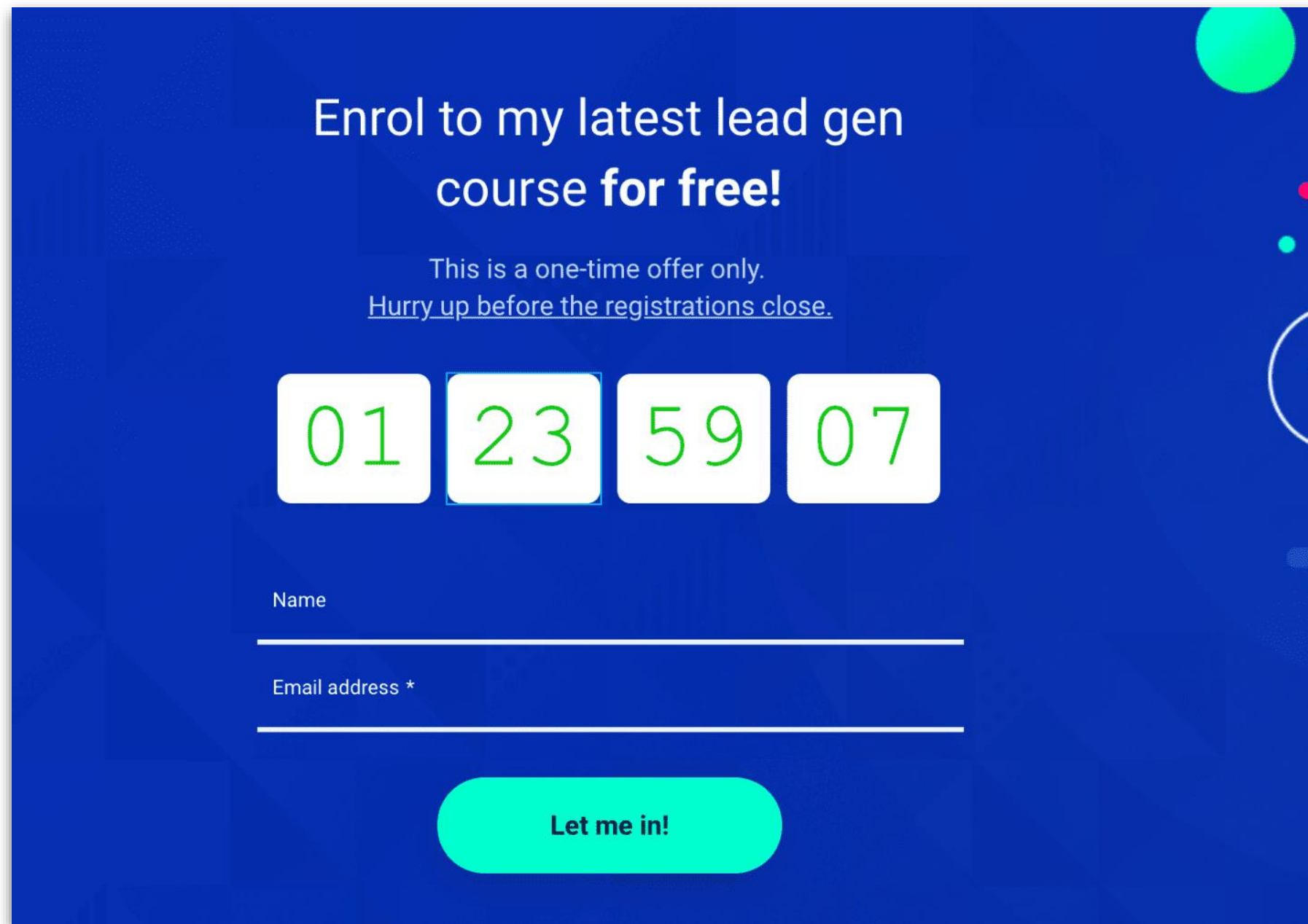
On-Page Strategien

FOMO

- Fear Of Missing Out ist die emotionale Reaktion darauf, wenn irgendwo etwas passiert und wir kein Teil davon sind
- FOMO ist in uns Menschen verankert - wir sind soziale Wesen
- FOMO entsteht auch, wenn etwas nur begrenzt Verfügbar, limitiert oder einfach ein sehr guter Deal ist
- Das kann im Marketing sehr gut genutzt werden

On-Page Strategien

FOMO - Zeitlich begrenzte Angebote



Enrol to my latest lead gen course **for free!**

This is a one-time offer only.
[Hurry up before the registrations close.](#)

01 23 59 07

Name

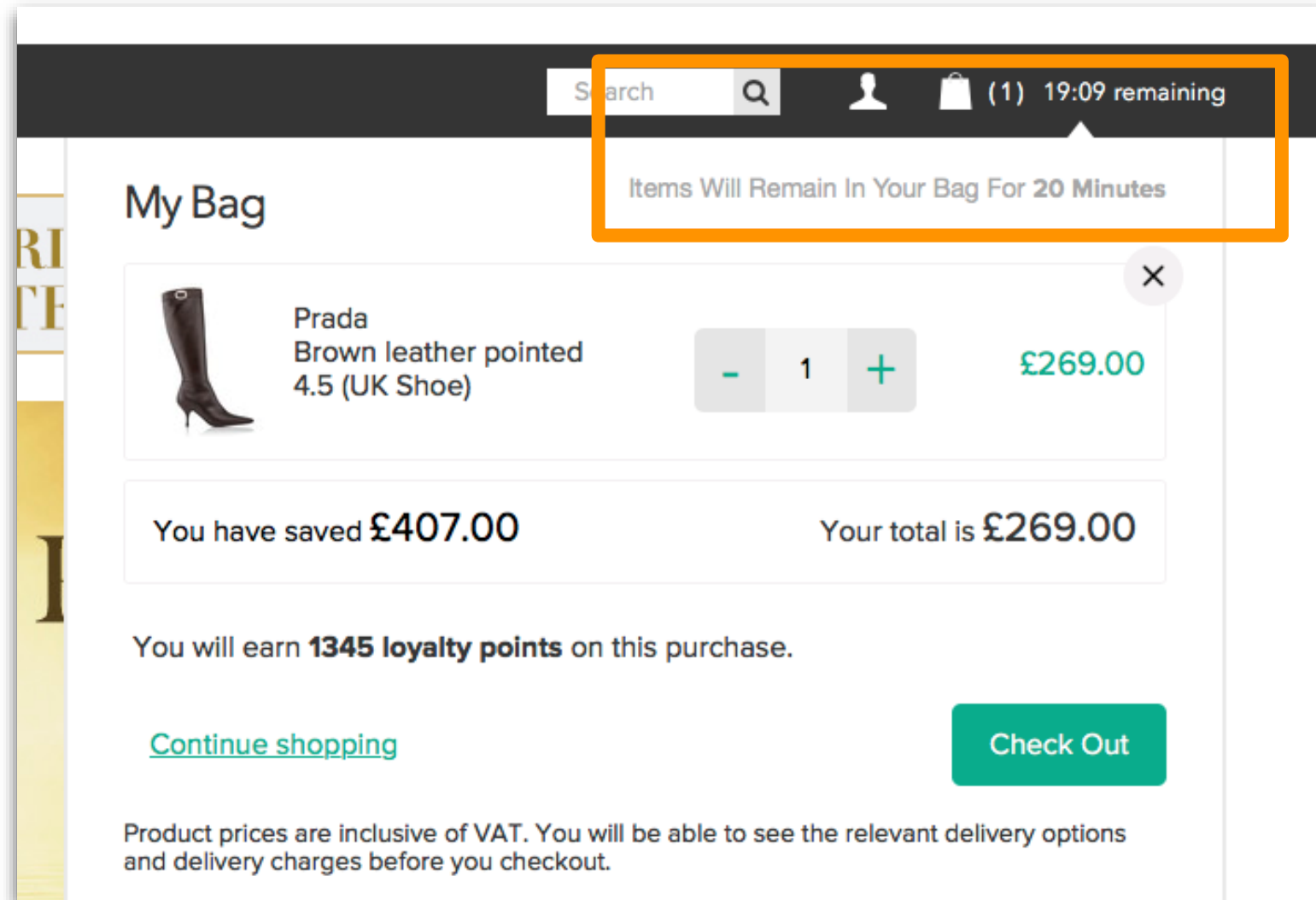
Email address *

Let me in!

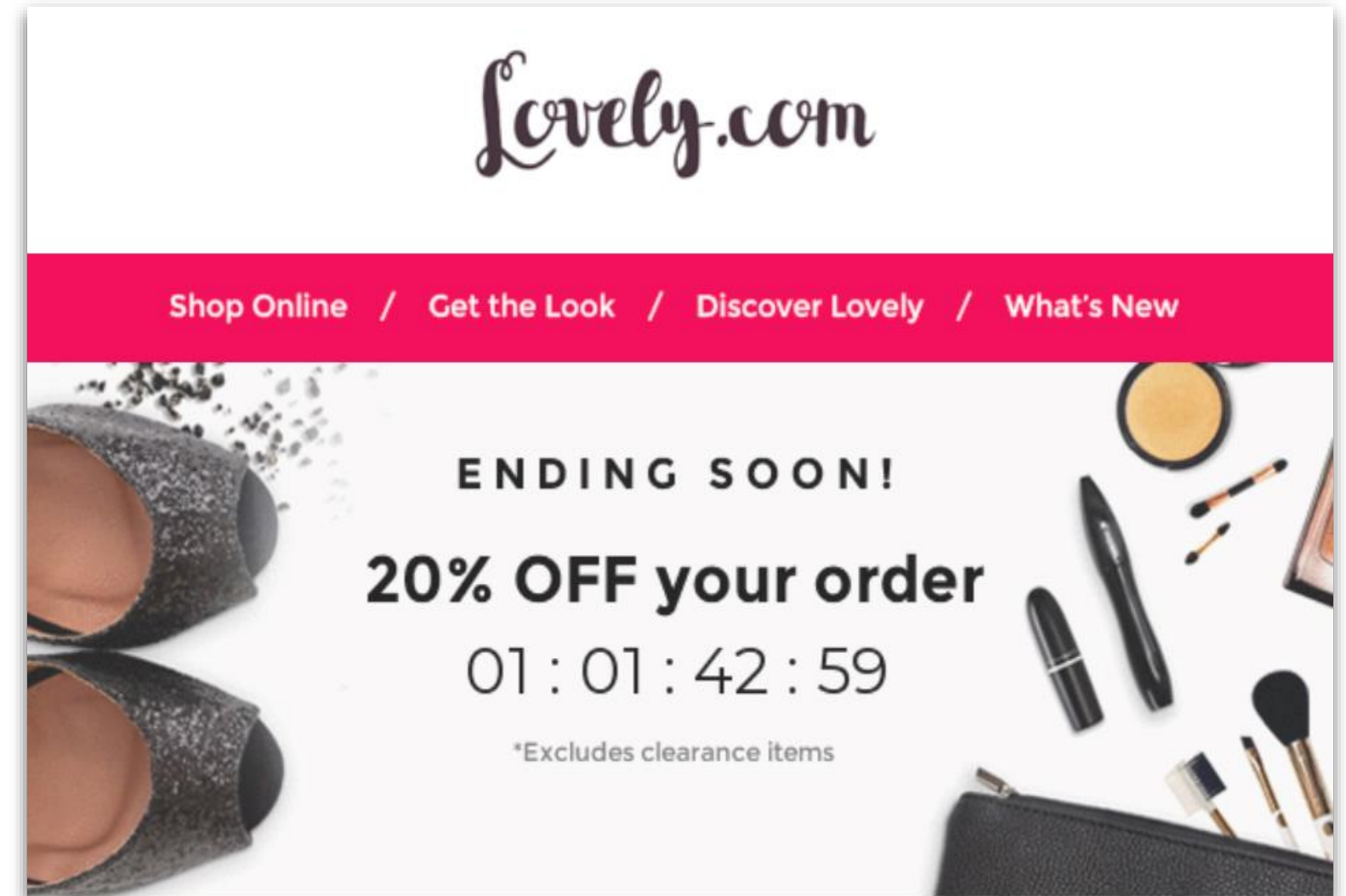
- Angebote, die nur für eine begrenzte Zeit verfügbar sind
- Erzeugt bei den Nutzern ein Gefühl der Dringlichkeit
- Motiviert diese schnell zu Handeln

On-Page Strategien

FOMO - Zeitlich begrenzte Angebote



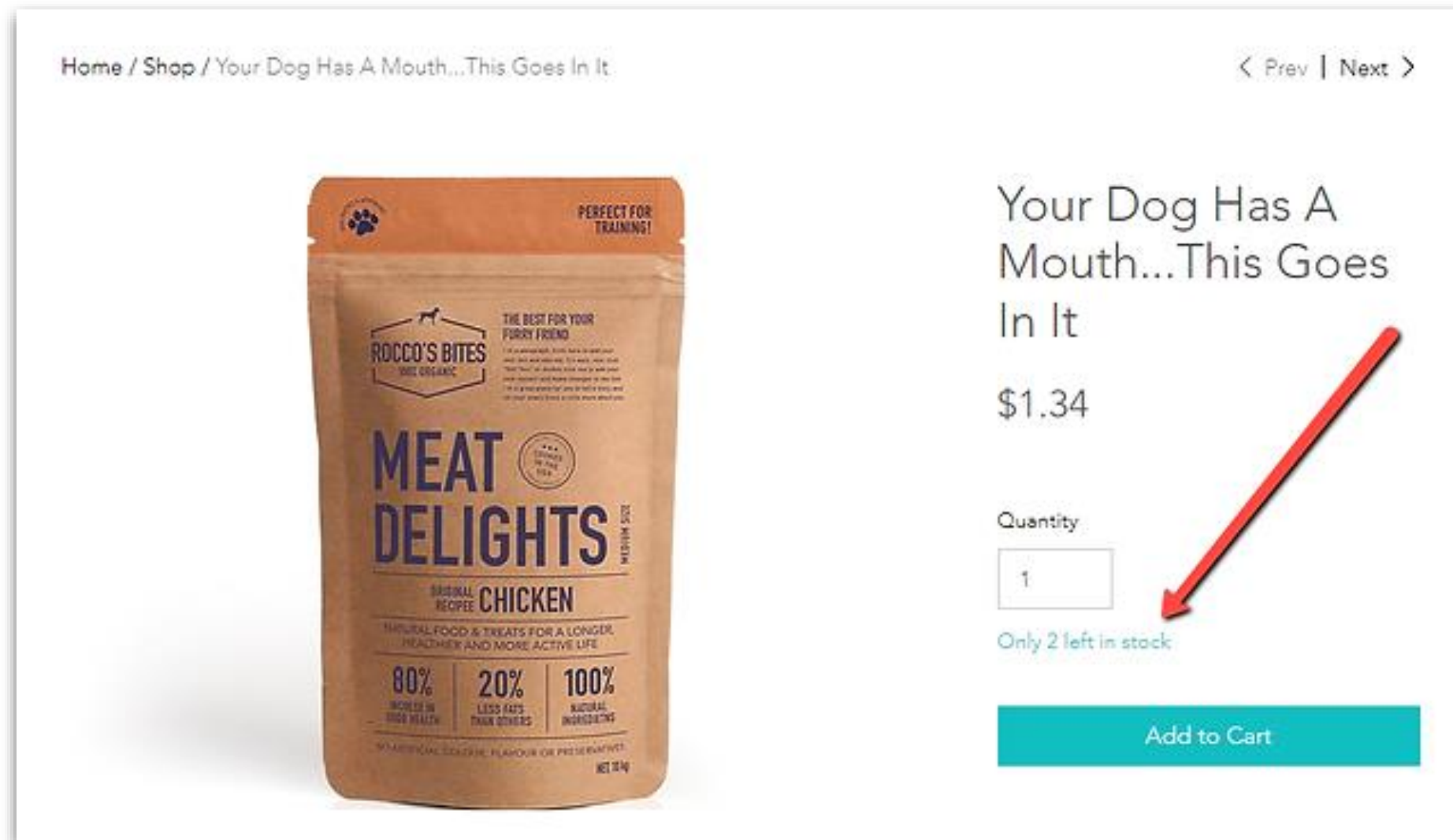
Reservierter Warenkorb



Sales Countdown Timer

On-Page Strategien

FOMO - Lagerbestand anzeigen



- Anzeigen von dem Lagerbestand zeigt den Nutzern, dass sie schnell Handeln müssen
- Haben zusätzlich die Gewissheit, dass Sie das Produkt haben können

On-Page Strategien

FOMO - Peer Pressure

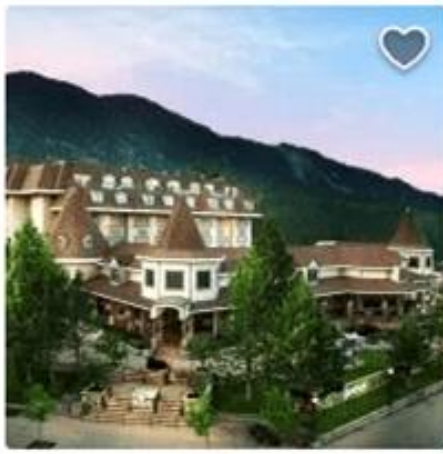
👍 It's Popular

Someone from **London** bought this product recently

3 mins ago



✓ Verified by Nudgify



Lake Tahoe Resort Hotel ★★★ 

South Lake Tahoe • [Show on map](#) • 4.6 km from center • Beach Nearby

Booked 4 times for your dates in the last 12 hours

Standard King Suite – 

1 king bed

Risk Free: You can cancel later, so lock in this great price today!

Very Good 8.1
2,066 reviews
Location 9.3

1 night, 2 adults
~~US\$259~~ **US\$233**
+US\$75 taxes and charges

Breakfast included
FREE cancellation

See availability >

- Anzeigen, dass andere Kunden kürzlich etwas gekauft haben
- Menschen orientieren sich gerne an anderen Menschen
- Kann das Gefühl vermitteln, dass andere Menschen das Produkt erfolgreich nutzen

On-Page Strategien

FOMO - Exklusive Angebote

Your cart

[Continue shopping](#)

\$ 210 away from FREE shipping

PRODUCT	PRICE	QUANTITY	TOTAL
 Adidas RUNFALCON SHOES Remove	\$30.00	3	\$90.00

Save money buying the complete vibe

 +  + 

Total price: ~~\$141.97~~ **\$104.38**

[Add selected to cart](#)

☒ **This item: Limited Edition Mystery T-shirt Bundle** ~~\$79.99~~ **\$69.99**

☒ Affirmation Tote Bag \$15.99

☒ Limited Edition Mystery Hoodie ~~\$45.99~~ **\$30.00**

- Spezielle Angebote können ein Anreiz sein
- Beispielsweise bekommen Kunden kostenlosen Versand ab einem bestimmten Bestellwert
- Oder Sie bekommen extra Rabatt auf ein Bundle, etc.

3.2

On-Page Strategien
Website Speed

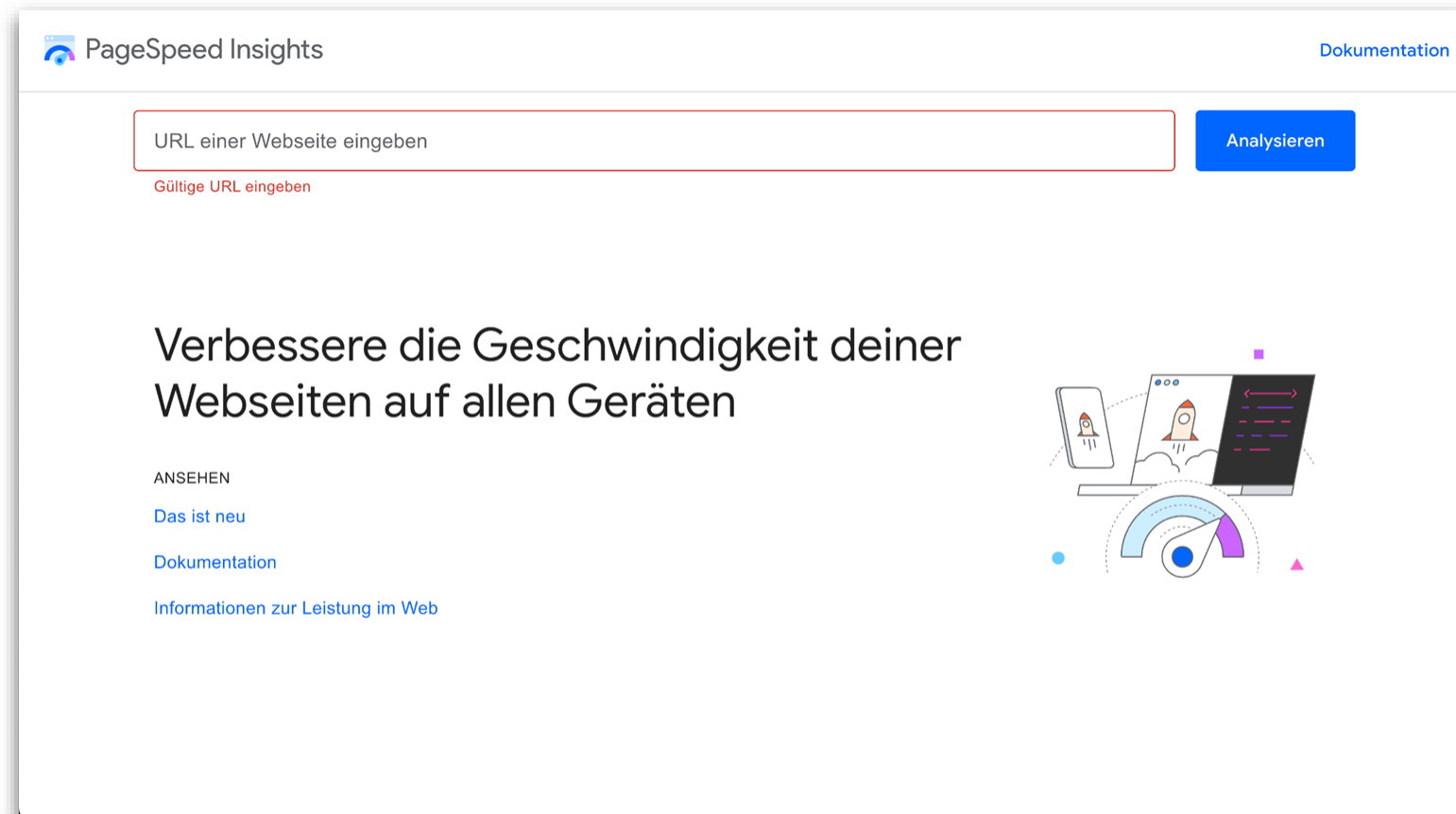
On-Page Strategien

Website Speed

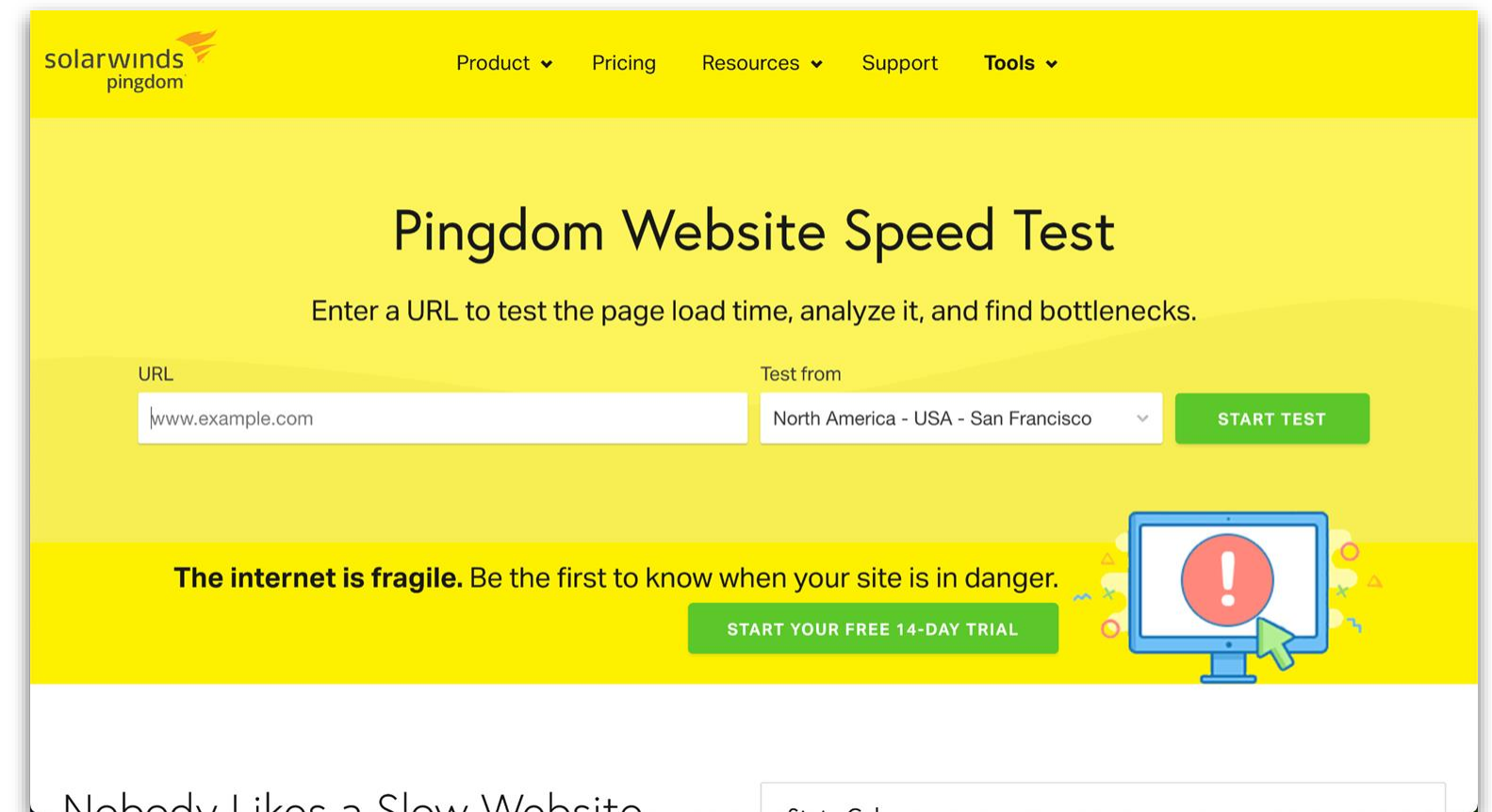
- Der durchschnittliche Nutzer verliert nach 3 Sekunden Ladezeit die Geduld
- Mehr als 50% der Nutzer verlassen eine Seite, wenn diese mehr als 3 Sekunden lädt - je höher die Ladezeit, desto höher die Bounce Rate
- Schnelle Ladezeiten sorgen für eine höhere Kundenzufriedenheit
- Sorgt auch für ein besseres SEO Ranking

On-Page Strategien

Website Speed - Tools



Google Pagespeed Tool



Pingdom Pagespeed Tool

On-Page Strategien

Website Speed - Optimierung

- **Bildoptimierung:** Reduziere die Dateigröße von Bildern ohne Qualitätsverlust.
Verwende dafür Tools wie z.B. TinyPNG oder ImageOptim
- **Browser Caching:** Ermögliche das Zwischenspeichern von häufig geladenen Ressourcen im Browser des Nutzers
- **Einsatz eines CDN:** Verwende ein Content Delivery Network, um Inhalte schneller an Nutzer weltweit auszuliefern
- **Reduzierung von HTTP-Anfragen:** Verringere die Anzahl der Anfragen durch das Zusammenführen von Dateien und das Entfernen unnötiger Skripte

On-Page Strategien

Website Speed - Optimierung

- **Lazy Loading:** Lade Bilder und Inhalte erst, wenn sie in das Sichtfeld des Nutzers kommen.
- **Asynchrones/Verzögertes Laden:** Lade Skripte asynchron oder verzögert, um den Seitenaufbau nicht zu behindern
- **Regelmäßige Tests:** Überwache die Ladezeiten deiner Website mit Tools wie Google PageSpeed Insights

3.3

On-Page Strategien
Testimonials

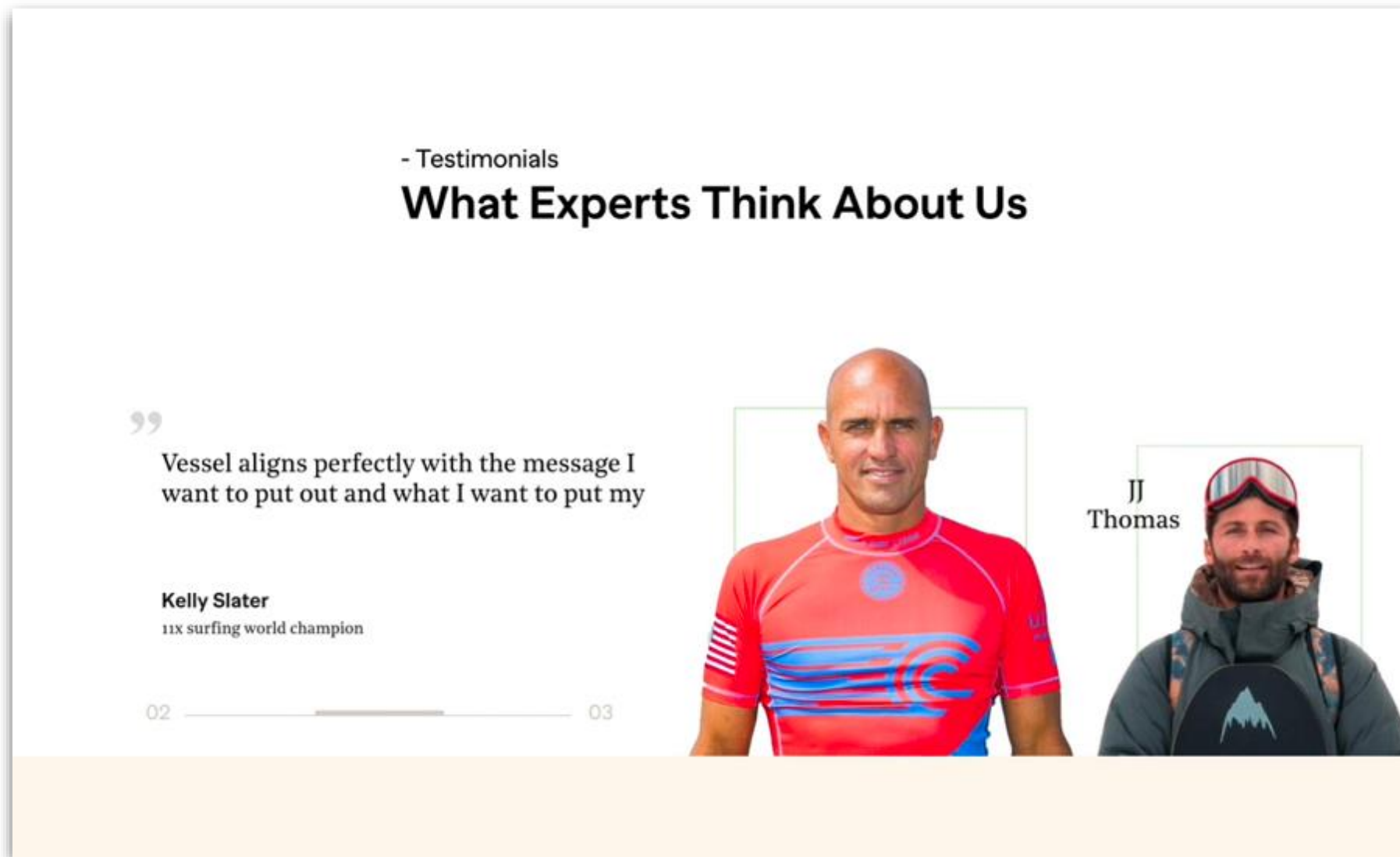
On-Page Strategien

Testimonials

- Menschen legen viel Wert auf die Meinung anderer, bewusst oder unbewusst
- Wenn wir irgendwo essen gehen wollen schauen wir uns Bewertungen auf Google an
- Wenn du ein Hotel buchen willst, schaust du dir auch erst einige Bewertungen an
- Social Proof in Form von Testimonials und Produktbewertungen machen einen großen Unterschied
- Nutzer vertrauen auf die Erfahrung von anderen Käufern um eine Entscheidung zu treffen

On-Page Strategien

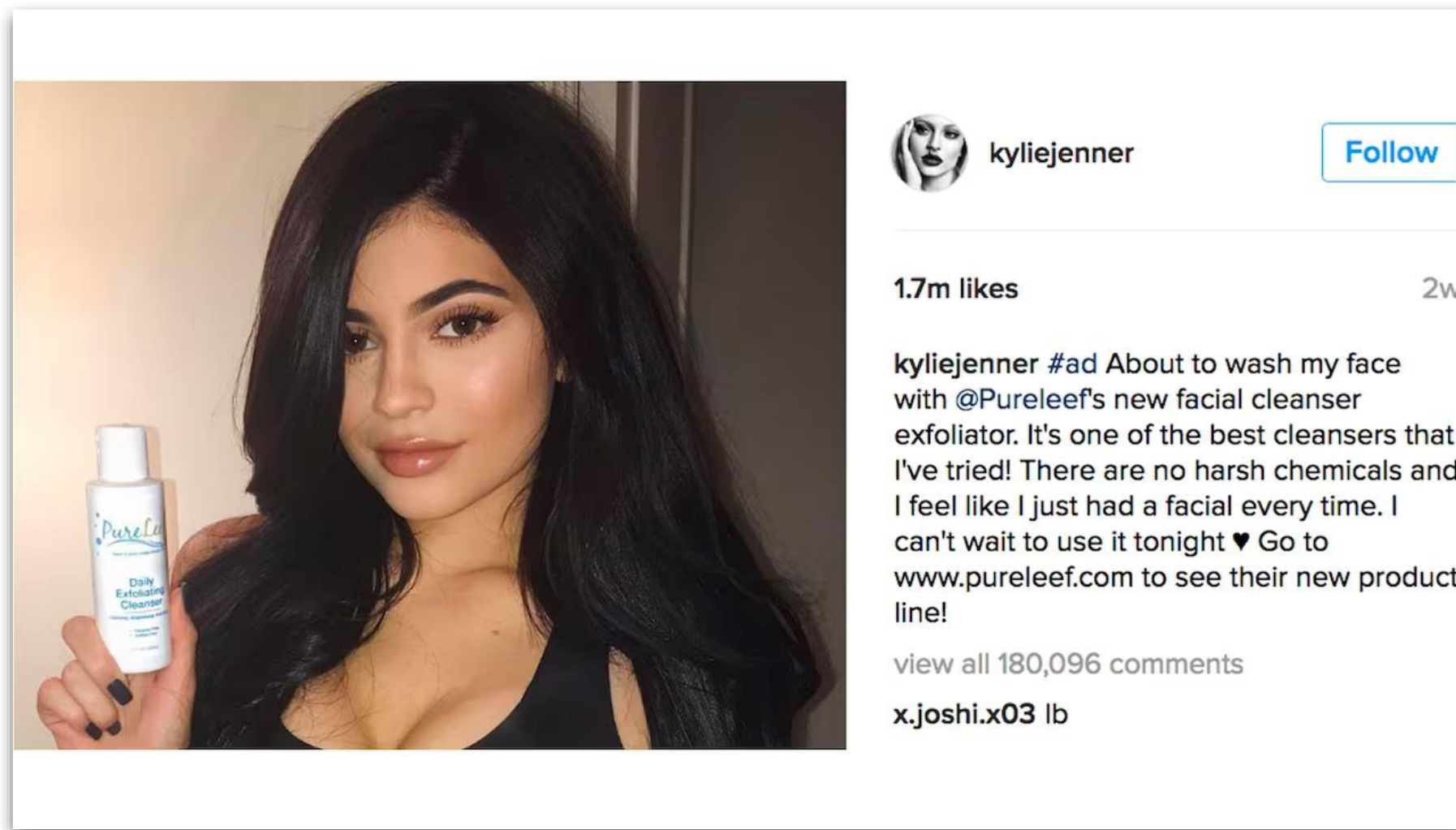
Testimonials - Experten



- Testimonials von Experten können sehr wirksam sein
- Wer würde nicht den Empfehlungen eines Experten folgen? Es sind immerhin Experten auf dem Gebiet

On-Page Strategien

Testimonials - Stars / Celebrities



- Prominente haben in der Regel viele Follower bzw. Menschen, die sie Bewundern
- Wir kaufen und nutzen gerne das, was unser Vorbild ebenfalls nutzt
- Ein Instagram Post wie hier kann z.B. einfach auf der Website eingebaut werden

On-Page Strategien

Testimonials - Kunden

Success stories from our Partners



BRENT WEAVER, HOTPRESS WEB

"We can build more robust sites faster. That impacts both cost and value. We can roll out powerful sites for lower budgets and clear a nice profit as an agency."

[Read their story >](#)



BRETT STOCKLEY, PRETTY POLLUTION

"Your business online is about more than just a website. Using Business Catalyst, we focus on Digital Marketing and Search Engine Optimization to maximize returns."

[Read their story >](#)



TIM GENTLE, DESIGN EXPERTS

"The decision to become a BC Partner has been a brilliant move. We now have all the tools we need and the confidence to move forward and grow our business."

[Read their story >](#)

Why you'll love Business Catalyst



Online businesses, not websites
These days, clients are demanding more functionality and better results than what a simple website can offer. They want a website with business functionality that fulfills real business goals.



Lower costs, higher profits
Say goodbye to manually integrating systems or maintaining tens of plug-ins to meet a single client's requirements. Slash development time and streamline your workflows using our all-in-one online business platform.



Build beautiful sites, your way
Other solutions limit your creativity with complicated or restrictive theme systems. Business Catalyst turns that on its head — you craft your design in HTML and CSS, then simply insert our modules on top.



Professional infrastructure
No more headaches about uptime, server updates or installing the latest patches — our expert team takes care of that. Because we're fully hosted and managed, you and your clients receive all system updates automatically.

- Der durchschnittliche "Joe" ist vielleicht kein Experte oder Star
- Wenn ein durchschnittlicher "Joe" aber ein Urteil fällt wird das schnell zu common sense
- Je mehr solcher Testimonials, desto besser

On-Page Strategien

Testimonials - Awards



- Du kannst verschiedene Awards oder gewonnene Preise in deinem Webshop anzeigen
- Auch wenn du in den Medien erwähnt wurdest kannst du es in deinem Shop zeigen

3.4

On-Page Strategien
Special Aktionen

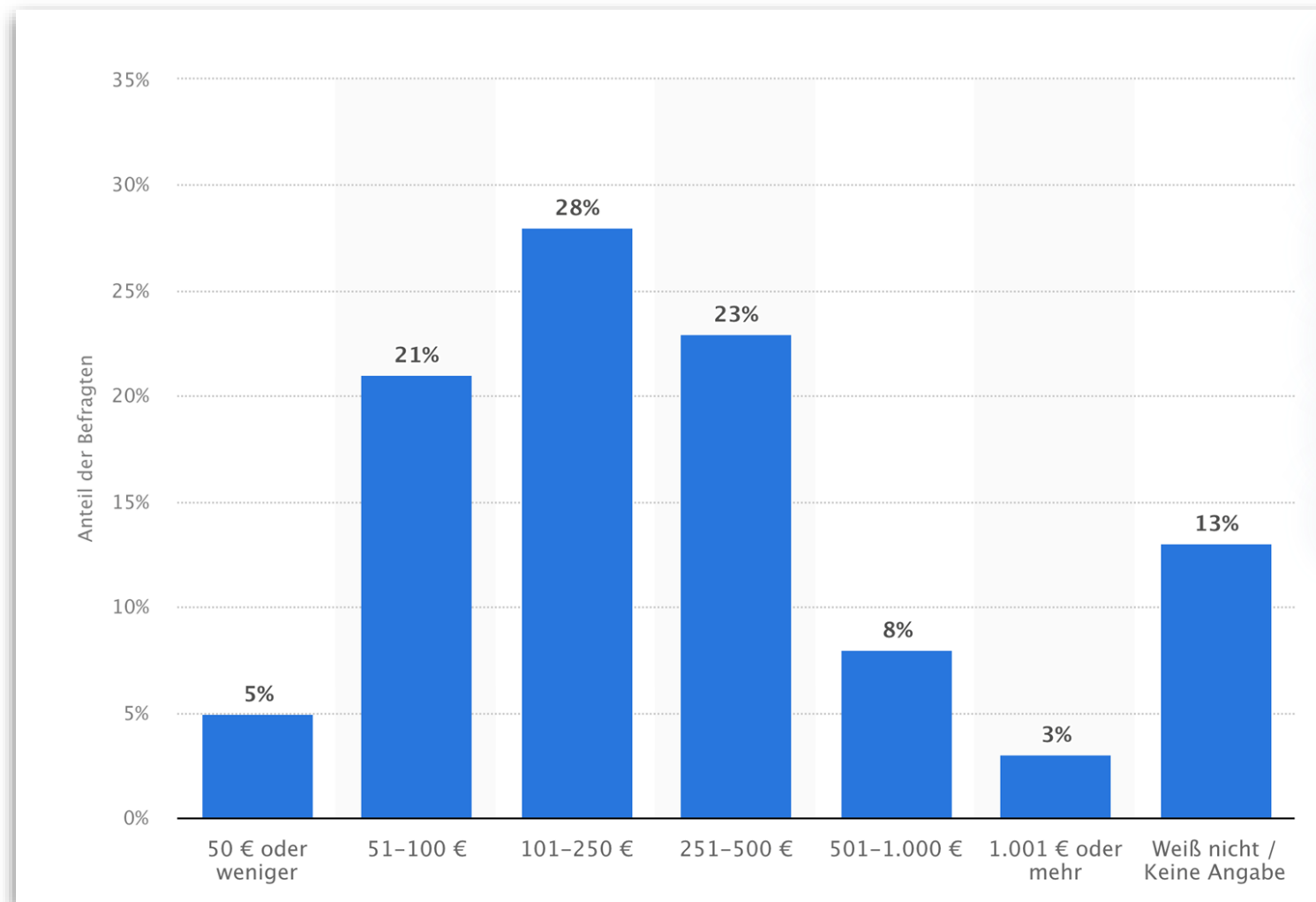
On-Page Strategien

Special Aktionen

- Aktionen wie z.B. Black Friday kann kurzfristig für eine starke Umsatzsteigerung sorgen
- Auch Angebote bzw. Aktionen zu Events wie z.B. Adventskalender an Weihnachten, Lagerschlussverkauf über Neujahr oder Osterangebote können als Umsatzboost und Growth Strategie genutzt werden
- Menschen kaufen gerne reduzierte Produkte, einige warten oftmals mit ihren Einkäufen auf Aktionen wie Black Friday, Cyber Monday, etc.

On-Page Strategien

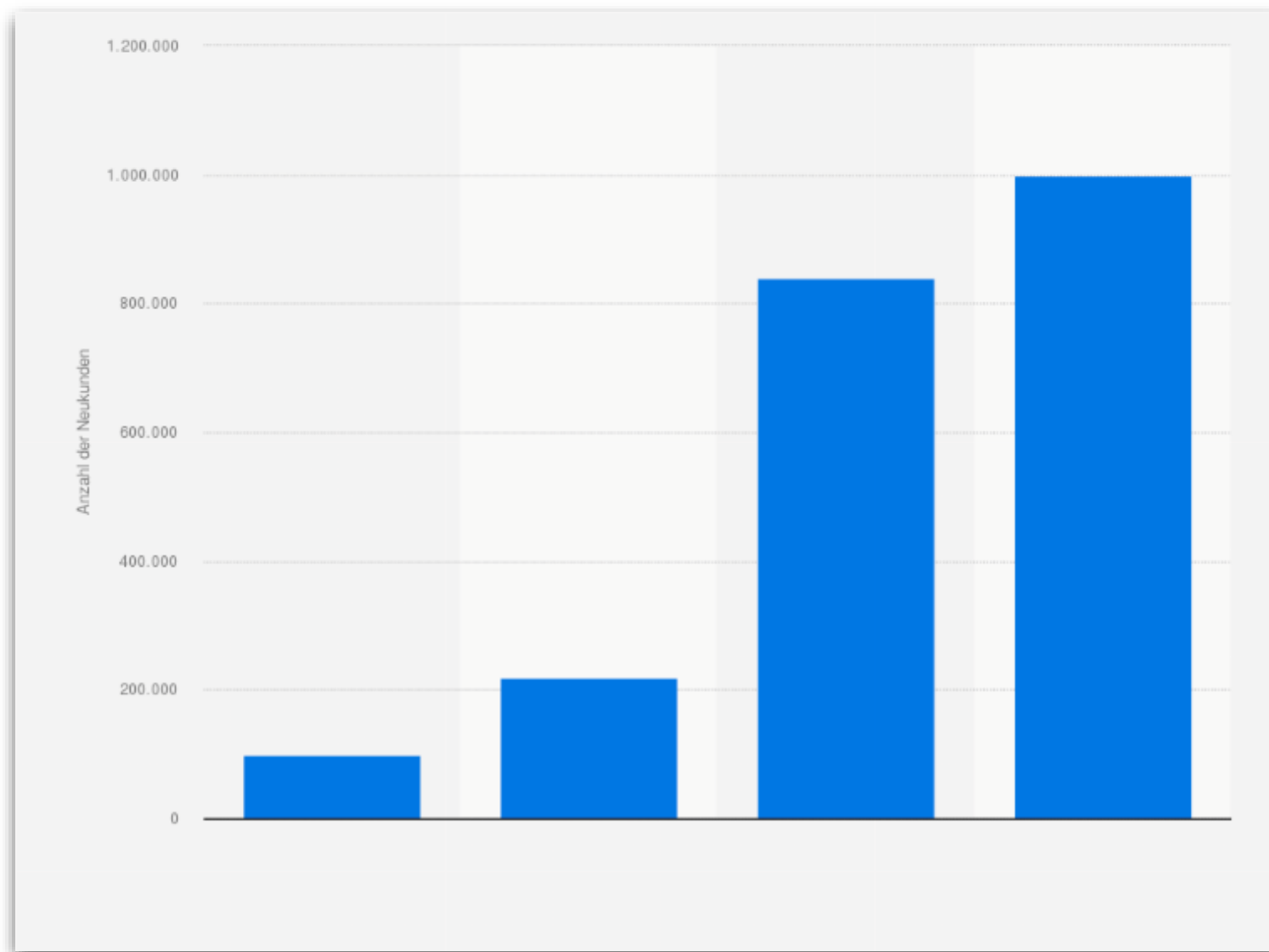
Special Aktionen - Black Friday / Cyber Monday



- An Black Friday sind Menschen meistens Bereit einiges an Geld auszugeben
- Viele planen schon im Voraus, wie viel sie ca. ausgeben wollen
- Die geplanten Beträge zeigt diese Statistik

On-Page Strategien

Special Aktionen - Black Friday / Cyber Monday



Quelle: <https://cdn.statcdn.com/Statistic/945000/945575-blank-754.png>

- Solche Aktionen können dir in kürzester Zeit viele Neukunden bringen
- Sorge mit einer E-Mail-Strecke oder einem Newsletter dann dafür, dass dir die Kunden erhalten bleiben
- Statistik zeigt Neukunden an Black Friday bei Zalando

On-Page Strategien

Special Aktionen

- Wichtig bei solchen Aktionen ist es, dass diese im Vorfeld klar kommuniziert werden
- Baue also auf deiner Website z.B. ein Banner ein, der Kunden darauf hinweist, dass es an BF/CM z.B. 50% auf alle Produkte gibt
- Du solltest natürlich auch in der Lage sein, alle Bestellungen zeitnah auszuführen
- Dein Shop sollte erhöhte Besucherzahlen ebenfalls aushalten

3.5

On-Page Strategien
A / B Tests

On-Page Strategien

A / B Tests

- Ziel von A / B Tests ist es herauszufinden, welche Visuellen Elemente, CTA-Buttons oder Versionen einer Landingpage besser performen
- Hierzu wird der Traffic geteilt und auf die 2 Varianten geschickt. Am Ende wird anhand verschiedener KPIs ermittelt, welche Version besser performt
- Ermöglicht insgesamt Einblicke in die Nutzerpräferenzen und Verhaltensweisen, die wiederum für weitere Growth-Hacking Strategien genutzt werden können

On-Page Strategien

A / B Tests - Anwendungsbereiche

01

Testen verschiedener Layouts, um die Nutzerinteraktion zu maximieren.

Website Layout

02

Prüfung verschiedener Überschriften, Produktbeschreibungen oder Call-to-Actions.

Inhaltsoptimierung

03

Experimentieren mit unterschiedlichen Preispunkten oder Rabattstrategien.

Preismodelle

On-Page Strategien

A / B Tests - Darauf solltest du achten



Klare Hypothesen

Beginne mit einer klaren Hypothese über das, was du testen möchtest und warum.



Signifikante Elemente

Konzentriere dich auf die wichtigsten Elemente, die voraussichtlich den größten Impact haben. Beispielsweise CTA-Buttons oder Überschriften.



Ausreichende Datensammlung

Lass den Test lang genug laufen bzw. sammle ausreichend signifikante Daten um letztendlich eine datengestützte Entscheidung treffen zu können.

On-Page Strategien

A / B Tests - Beliebte Tools



- Es gibt eine Vielzahl an A / B Testing Tools
- Unterscheiden sich meistens nur kaum
- Wichtig ist, dass das Tool zu deiner bestehenden Systemlandschaft passt
- Preislich teils sehr unterschiedlich, Hubspot ist z.B. für ganz basic Anwendungen kostenlos
- Man sollte ca. mit min. 80€ / Monat rechnen



4

Growth Hacking Off-Page Strategien

4.1

Off-Page Strategien
Referral Programm

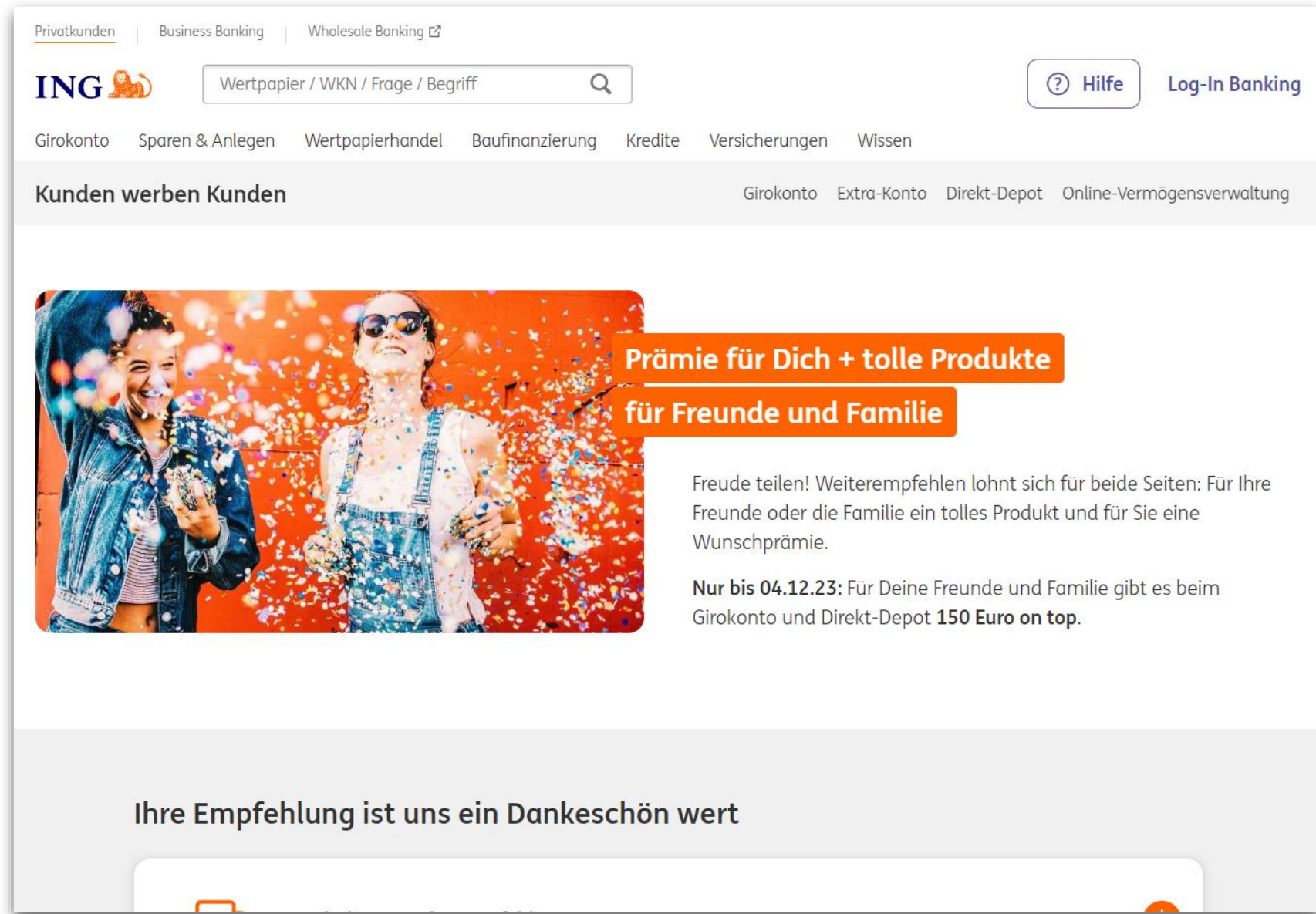
Off-Page Strategien

Referral Programm

- Marketingstrategie, bei der bestehende Kunden andere Kunden werben
- Dafür gibt es dann entsprechende Benefits für den Werbenden bzw. auch für den Neukunden
- Somit können die Netzwerke deiner Bestandskunden genutzt werden
- Empfehlungen profitieren von deutlich höherer Glaubwürdigkeit
- Stellt eine Möglichkeit zur kostengünstigen Neukundenakquise dar
- Die Belohnungen können sich auch positiv auf die Kundenbindung auswirken

Off-Page Strategien

Referral Programm



The screenshot shows the ING DIBA website's referral program page. At the top, there are navigation links for 'Privatkunden', 'Business Banking', and 'Wholesale Banking'. Below this is the ING logo and a search bar. A secondary navigation bar lists services like 'Girokonto', 'Sparen & Anlegen', 'Wertpapierhandel', 'Baufinanzierung', 'Kredite', 'Versicherungen', and 'Wissen'. The main heading is 'Kunden werben Kunden'. Below this, there's a large image of two smiling women with confetti. To the right of the image, the text reads: 'Prämie für Dich + tolle Produkte für Freunde und Familie'. Below this, it says: 'Freude teilen! Weiterempfehlen lohnt sich für beide Seiten: Für Ihre Freunde oder die Familie ein tolles Produkt und für Sie eine Wunschprämie.' At the bottom of this section, it states: 'Nur bis 04.12.23: Für Deine Freunde und Familie gibt es beim Girokonto und Direkt-Depot **150 Euro on top**.' At the very bottom of the page, a grey bar contains the text: 'Ihre Empfehlung ist uns ein Dankeschön wert'.

Privatkunden | Business Banking | Wholesale Banking

ING Wertpapier / WKN / Frage / Begriff ? Hilfe Log-In Banking

Girokonto Sparen & Anlegen Wertpapierhandel Baufinanzierung Kredite Versicherungen Wissen

Kunden werben Kunden Girokonto Extra-Konto Direkt-Depot Online-Vermögensverwaltung

Prämie für Dich + tolle Produkte für Freunde und Familie

Freude teilen! Weiterempfehlen lohnt sich für beide Seiten: Für Ihre Freunde oder die Familie ein tolles Produkt und für Sie eine Wunschprämie.

Nur bis 04.12.23: Für Deine Freunde und Familie gibt es beim Girokonto und Direkt-Depot **150 Euro on top**.

Ihre Empfehlung ist uns ein Dankeschön wert

- ING DIBA schenkt dir bei jeder Weiterempfehlung 20€ bzw 30€
- Win - Win - Win Situation
- ING hat einen neuen Kunden
- Bestandskunde bekommt ca. 20€
- Neukunde bekommt ein kostenloses Produkt

Off-Page Strategien

Referral Programm



The screenshot displays the Dropbox referral program interface. It features a dark header with three steps, each accompanied by an icon (Dropbox logo, a person with a plus sign, and a star). Below the header, the steps are detailed in German. Step 1 involves signing up, Step 2 involves sharing a referral link, and Step 3 details the storage rewards: 500 MB for Basic users and 1 GB for Plus users. The '500 MB' is highlighted with an orange box. Below the steps is a light gray section titled 'Häufig gestellte Fragen zum Dropbox-Empfehlungsprogramm:' (Frequently asked questions about the Dropbox referral program:). It includes a search bar with the text 'Wie versicke ich eine Empfehlung?' (How do I send a recommendation?) and a dropdown arrow.

Schritt 1: Melden Sie sich bei Dropbox an

Klicken Sie [hier](#), um sich anzumelden und direkt zum Tab "Freund empfehlen" auf Ihrer Kontoeinstellungen-Seite zu gelangen.

Schritt 2: Empfehlen Sie uns weiter

Senden Sie jemandem eine Empfehlung per E-Mail. Oder kopieren Sie Ihren benutzerdefinierten Einladungslink und fügen Sie ihn an einer beliebigen Stelle ein.

Schritt 3: Holen Sie sich freien Speicherplatz

Sobald jemand durch eine Empfehlung ein neues Konto erstellt, erhalten Sie beide zusätzlichen Speicherplatz: **500 MB** für Basic-Benutzer und 1 GB für Plus-Benutzer.

Häufig gestellte Fragen zum Dropbox-Empfehlungsprogramm:

Wie versicke ich eine Empfehlung? ▾

- Dropbox bietet seit dem Launch ein Referral Programm an
- Auch hier profitieren Bestandskunde und Neukunde
- Beide bekommen zusätzlich 500MB Speicherplatz
- Das Programm ist / war maßgeblich für das Wachstum verantwortlich

Off-Page Strategien

Referral Programm

Verdiene Geld mit dem Bewerben von Prime



Eine Prämie ist eine feste Werbekostenerstattung, die Du mit dem Bewerben von Amazon Diensten wie Prime, Music Unlimited oder Audible verdienen kannst.

Wie funktioniert das Verdienen einer Prämie mit dem Bewerben von Amazon Diensten?

- Bewirb einen Amazon Dienst wie Prime, Music Unlimited oder Audible auf Deiner Webseite. Erstelle hierfür einen Partnerlink oder nutze unsere Banner.
- Die Besucher Deiner Webseite klicken auf den Partnerlink oder Banner und gelangen zu Amazon.de.
- Du erhältst eine Prämie, wenn der Besucher sich bei einem Amazon Dienst anmeldet.

Verdiene 3 € für jeden vermittelten Amazon Prime Gratiszeitraum



Geld verdienen mit Amazon Prime
Verdiene 3€ mit jedem vermittelten Amazon Prime Gratiszeitraum



- Auch Amazon hat ein Referral Programm
- Hier kannst du für jeden empfohlenen Prime Gratiszeitraum 3€ verdienen
- Das Amazon PartnerNet richtet sich eher an Blogger / Influencer

Off-Page Strategien

Referral Programm

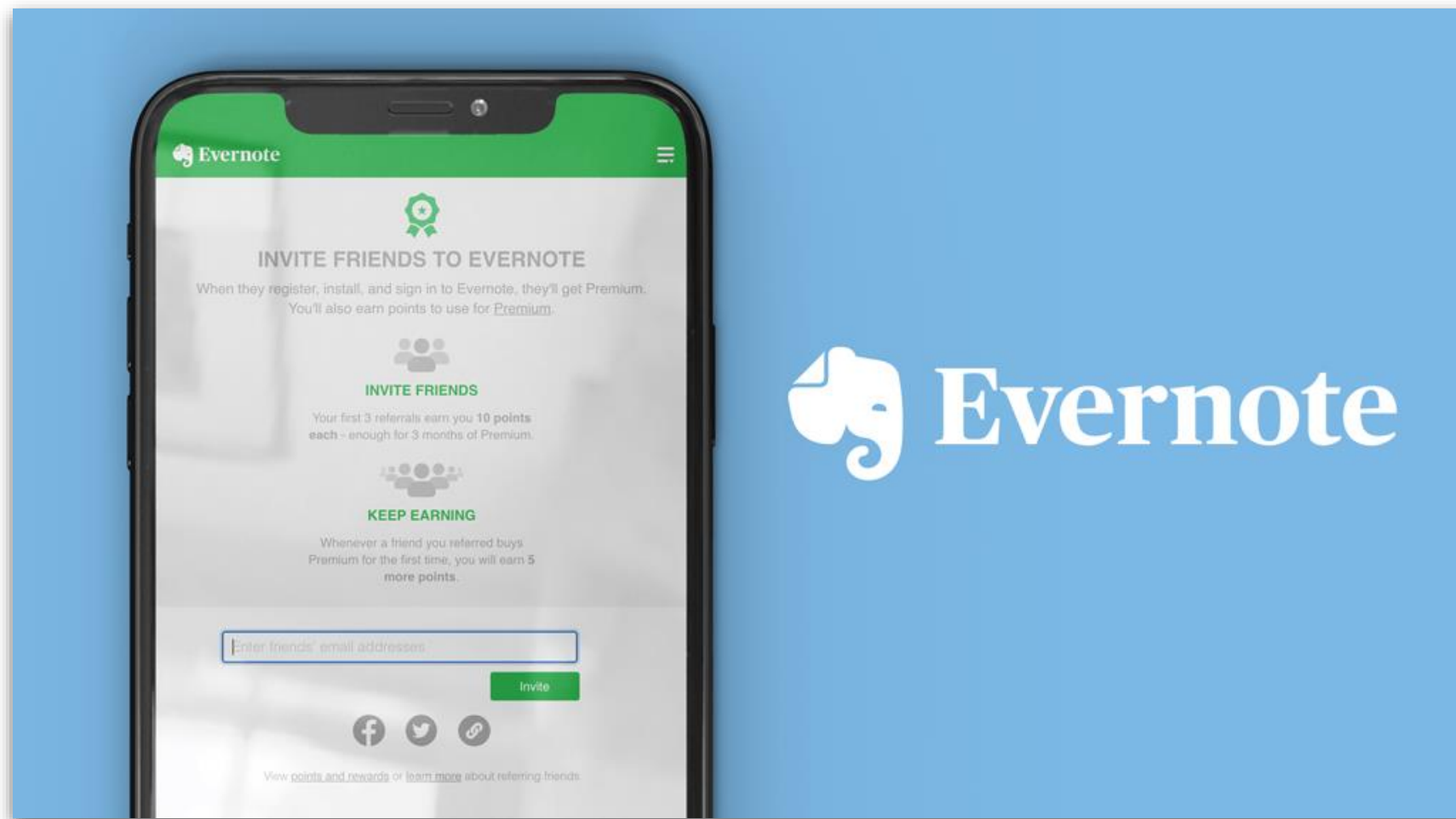


Quelle: <https://www.buyapowa.com/blog/referral-program-examples/>

- \$18 Rabatt auf den Aufenthalt für den Empfehler
- Bis zu \$46 Account Credit für den Neukunden
- In manchen Fällen / Regionen konnten Buchungen um 25% gesteigert werden

Off-Page Strategien

Referral Programm



Quelle: <https://www.buyapowa.com/blog/referral-program-examples/>

- Für 3 Empfehlungen gab es 10 Credits
- Reichte aus für 3 Monate Premium
- Neukunden bekamen jeweils 1 Monat Premium
- 13% der 225 Mio. Nutzer kamen durch Empfehlungen zustande
- Beendeten das Programm 2021

Off-Page Strategien

Referral Programm - Erfolgsfaktoren



Beidseitige Belohnungen

Gestalte dein Referral-Programm so, dass sowohl der Empfehlende als auch der geworbene Neukunde eine Belohnung erhalten.



Relevante und wertvolle Belohnungen

Wähle Belohnungen, die für deine Zielgruppe attraktiv und wertvoll sind. Sie sollten relevant für deine Produkte oder Dienstleistungen sein und echten Mehrwert bieten.



Sehr simples Onboarding

Sorge dafür, dass der Prozess, sich für dein Referral-Programm anzumelden und daran teilzunehmen, so einfach und unkompliziert wie möglich ist.

4.2

Off-Page Strategien
Influencer

Off-Page Strategien

Influencer

- Einsatz von einflussreichen Personen in sozialen Medien zur Förderung von Produkten/Dienstleistungen
- Gibt dir Zugang zu großen und engagierten Audiences
- Du erreichst auch spezielle Zielgruppen durch den passenden Influencer
- Influencer stellen eine vertrauenswürdige Person für die Zielgruppe dar
- Sorgt auch für höheres Engagement gegenüber traditionellen Social-Media Ads
- Kann dementsprechend zu einem Vergleichsweise hohen ROI führen

Off-Page Strategien

Influencer - Auswahl

01

Der Influencer sollte mit deiner Markenidentität und der gewünschten Zielgruppe übereinstimmen.

Relevanz

02

Bewerte die Anzahl und die Qualität der Follower des Influencers. Vermeide "Influencer" die Follower gekauft haben. Stelle Reichweite und Engagement gegenüber.

Reichweite

03

Schaue dir das durchschnittliche Engagement auf den Posts an. Auch Influencer mit wenigen Followern können durch hohes Engagement interessant werden.

Engagement

Off-Page Strategien

Influencer - Auswahl

04

Bewerte die Glaubwürdigkeit und Echtheit der Inhalte des Influencers. Vermeide Influencer die ihre Inhalte unglaubwürdig rüber bringen.

Authentizität

05

Sollte der Influencer schon mit anderen Marken gearbeitet haben, schau dir die Posts an, lies die Kommentare und nutze das Feedback.

Erfolge

Off-Page Strategien

Influencer - Beispiel Gymshark



Quelle: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5d80aab6e892a9732385da3e/0d90a4ce-42ce-4c05-a240-1825782f37fe/1.png>

- Gymshark arbeitet seit dem Beginn eng mit Fitness-Influencern zusammen
- Influencer tragen die Klamotten bei ihren Videos / Workouts
- Die meisten haben auch Rabattcodes für die Zuschauer
- Steigert Markenbekanntheit und Sales

Off-Page Strategien

Influencer - Beispiel Sephora



Quelle: <https://i.insider.com/60f9d1ef0729770012b96701?width=1200&format=jpeg>

- Kette für Beauty-Produkte arbeitet ebenfalls mit Influencern zusammen
- Diese erstellen Inhalte mit Tutorials, Empfehlungen, Tests, etc. mit den Sephora Produkten
- Ermöglicht es viele Nutzer zu erreichen, die auf Bewertungen und Anwendungsbeispiele setzen

4.3

Off-Page Strategien

Virales Marketing / Content Marketing

Off-Page Strategien

Virales Marketing / Content Marketing

- **Content Marketing:** Erstellung und Teilung von Inhalten (Blogbeiträge, Videos, Infografiken usw.), um eine Zielgruppe anzuziehen und zu binden
- **Virales Marketing:** Schaffung einzigartiger, unterhaltsamer und emotionaler Inhalte (meistens Bilder oder Videos), die darauf ausgelegt sind, sich schnell und weit im Internet zu verbreiten
- Die Inhalte erreichen ein sehr breites Publikum
- Wertvolle Inhalte fördern das Vertrauen und die Loyalität
- Guter Content verbessert die Sichtbarkeit in Suchmaschinen

Off-Page Strategien

Virales Marketing / Content Marketing - Content Marketing



Wertvoller und relevanter Inhalt

Schaffe Inhalte, die informativ, hilfreich oder problemlösend sind und einen Mehrwert für deine Zielgruppe bieten.



Konsistenz und Qualität

Regelmäßige Veröffentlichung von qualitativ hochwertigen Inhalten, um Glaubwürdigkeit und Vertrauen aufzubauen.

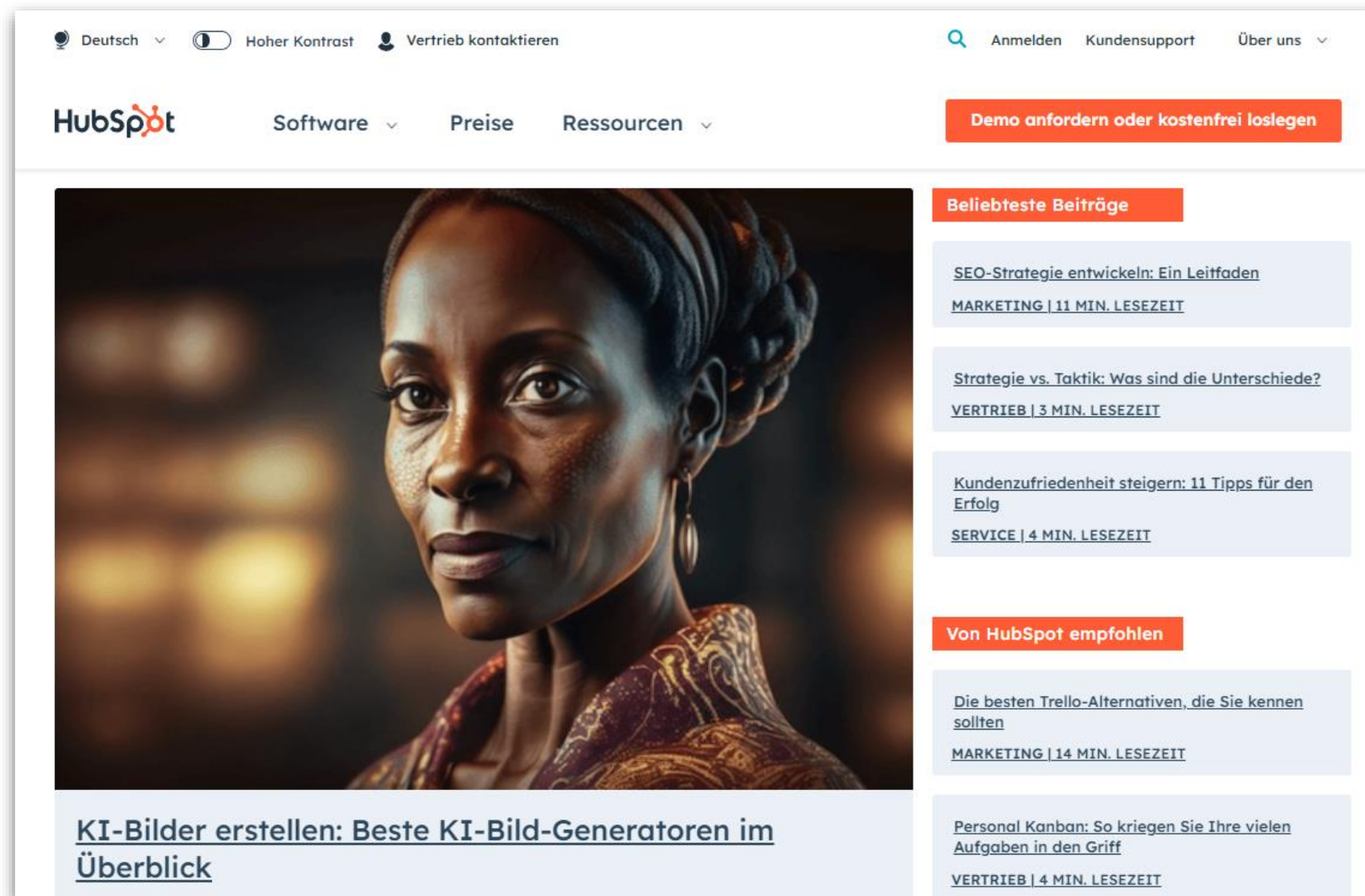


SEO-Optimierung und Diversifikation

Nutze Suchmaschinenoptimierung, um die Auffindbarkeit zu verbessern und verbreite Inhalte über verschiedene Kanäle (Blogs, Social Media, Newsletter).

Off-Page Strategien

Virales Marketing / Content Marketing - Content Marketing



- HubSpot bietet einen umfangreichen und informativen Blog an
- Veröffentlichen regelmäßig hochwertige Inhalte zu relevanten Themen und Neuerungen
- HubSpot zieht damit sehr viel Traffic an
- Haben das Unternehmen als Autorität im Bereich Marketing etabliert

Off-Page Strategien

Virales Marketing / Content Marketing - Virales Marketing



Starke Emotionen schaffen

Erzeuge starke Emotionen wie Humor, Überraschung, Freude oder sogar Empörung. Kontroverse Inhalte verbreiten sich auf Sozialen Medien wie TikTok immer am besten.



Fördere die Teilbarkeit der Inhalte

Erstelle Inhalte, die die Nutzer dazu anregen, es ihren Freunden zu schicken. Das kannst du z.B. durch CTAs am Ende machen oder einfach durch kontroverse Inhalte, die dann unter Freunden diskutiert werden können.



Aktuelle Inhalte und Trends

Befasse dich mit den aktuellsten Trends auf der jeweiligen Plattform und passe dich dort an. Damit steigert du die Relevanz der Inhalte und das Interesse der Nutzer.

Off-Page Strategien

Virales Marketing / Content Marketing - Virales Marketing



Quelle: <https://thedrum-media.imgix.net/thedrum-prod/s3/news/tmp/637022/oldspice1.png?w=1280&ar=default&fit=crop&crop=faces,edges&auto=format>

- Old Spice setzt auf humorvolle und ironische Werbekampagnen
- Diese werden von Isaiah Mustafa in einem schnellen, visuell beeindruckenden Format präsentiert
- Mittlerweile hat Old Spice einige Virale Videos und Inhalte
- Videos mit über 60 Mio Aufrufen

5

Growth Hacking Key Learnings

Growth Hacking

Key Learnings



Schnelle Iteration und Anpassung

Ein zentrales Element des Growth Hackings ist die schnelle Umsetzung und Anpassung von Strategien basierend auf Echtzeitdaten und Feedback. Das ermöglicht es dir, schnell zu lernen, was funktioniert und was nicht, und dich entsprechend anzupassen.



Datengetriebene Entscheidungen

Beim Growth Hacking ist es sehr wichtig relevante Daten zu sammeln und auszuwerten. Auf Basis der KPIs kannst du dann schnelle Entscheidungen treffen und damit Ressourcen sparen.



Kundenfokus

Growth Hacking konzentriert sich darauf, ein tiefes Verständnis der Kundenbedürfnisse und -präferenzen zu entwickeln. Dieses Wissen wird genutzt, um Produkte und Marketingstrategien so anzupassen, dass sie genau auf die Zielgruppe zugeschnitten sind.

6

Growth Hacking Aufgaben