|  |
| --- |
| Zielanalyse Stand: 2020 |
| Beruf-Kurz | Ausbildungsberufe | Zeitrichtwert  |
| WEC | Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce | 120 |
| Lernfeld Nr. | Lernfeldbezeichnung | Jahr |
| 07 | Online-Marketing-Maßnahmen umsetzen und bewerten | 2 |
| Kernkompetenz |
| Die Schülerinnen und Schüler verfügen über die Kompetenz, eine Online-Marketing-Strategie zu planen, Online-Marketing-Maßnahmen umzusetzen und den Erfolg zu bewerten. |
| Schule, Ort | Lehrkräfteteam |
|  |  |

| Bildungsplan |  | didaktisch-methodische Analyse |
| --- | --- | --- |
| kompetenzbasierte Ziele | Konkretisierung | Lernsituation | Handlungsergebnis | überfachlicheKompetenzen | Hinweise | Zeit |
| Die Schülerinnen und Schüler analysieren die Zielgruppen und die aktuellen Marketing-Maßnahmen des Unternehmens. Ausgehend von den Marketingzielen leiten sie Handlungsfelder für das Online-Marketing ab. Zum Unternehmensvergleich erkunden sie Marketing-Maßnahmen von Wettbewerbern. |  | **LS01 Unternehmensvergleich durchführen** | Bericht | systematisch vorgehenzielgerichtet arbeitenInformationen strukturierenZusammenhänge herstellenErgebnisse zusammenfassen Schlussfolgerungen ziehen |  | 05 |
| Für die Erstellung einer Online-Marketing-Strategie analysieren sie das Kunden- und Nutzerverhalten im Online-Vertriebskanal durch die Auswertung der zur Verfügung stehenden Daten aus Analyseprogrammen. Darüber hinaus untersuchen sie das Verhalten und die Einstellungen der Zielgruppe und nutzen Ergebnisse der Marktforschung. Bei der Planung der Online-Marketing-Strategie legen die Schülerinnen und Schüler Online-Marketingziele fest und definieren Zielgruppen. |  | **LS02 Online-Marketing-Strategie entwickeln** | Präsentation | systematisch vorgehenzielgerichtet arbeitenInformationen strukturierenZusammenhänge herstellenErgebnisse zusammenfassenEntscheidungen treffenSchlussfolgerungen ziehenmit Medien sachgerecht umgehen  | Projekt möglich | 13 |
| Die Schülerinnen und Schüler setzen die Vorgaben *(Copy Strategie)* einer ganzheitlichen Kundenkommunikation entlang der Kontaktstrecke um und legen Kommunikationsinhalte fest. |  | **LS03 Kundenkommunikation gestalten** | Konzept | begründet vorgehensystematisch vorgehenRegeln anwendensachlich argumentieren |  | 04 |
| Sie wählen zielgruppen- und produktbezogene Online-Marketing-Maßnahmen zur Kundengewinnung, Bestandskundenbindung und Kundenreaktivierung aus und beziehen aktuelle Entwicklungen im Online-Marketing bei der Auswahl geeigneter Maßnahmen ein. Sie identifizieren wechselseitige Abhängigkeiten und Beziehungen zwischen den gewählten Online-Marketing-Maßnahmen. Sie berücksichtigen die Bedürfnisse potenzieller Kunden während des Entscheidungs- und Verkaufsprozesses. Außerdem wägen sie kriteriengeleitet die Chancen und Risiken der unterschiedlichen Formen der Online-Kommunikation mit potenziellen sowie bestehenden Kunden ab. Sie berücksichtigen bei den Entscheidungen Wechselwirkungen und Abstimmungsbedarfe zu Offline-Maßnahmen sowie die Notwendigkeit von Kompromissen. |  | **LS04 Online-Marketing-Maßnahmen entwickeln und bewerten** | BerichtStrategiepapier | systematisch vorgehenmethodengeleitet vorgehenzielgerichtet arbeitenInformationen strukturierenSysteme oder Zustände untersuchen Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellenMitverantwortung tragenZusammenhänge herstellenAbhängigkeiten findenErgebnisse zusammenfassen | Projekt möglich | 18 |
| Sie erstellen einen Maßnahmenplan zur Umsetzung der Online-Marketing-Strategie und halten Budgetvorgaben ein. |  | **LS05 Maßnahmenplan zur Umsetzung der Online-Marketing-Strategie unter Einhaltung der Budgetvorgaben erstellen** | Maßnahmenplan | systematisch vorgehenzuverlässig handelnZusammenhänge herstellenMitverantwortung tragen |  | 03 |
| Sie formulieren Werbebotschaften zielgruppengerecht, auch in einer Fremdsprache, und passen diese den Erfordernissen der Online-Marketing-Maßnahmen an. |  | **LS06 Werbebotschaften formulieren** | Konzept | Texte verfassenzielgerichtet arbeiten | Fremdsprache | 03 |
| Für Online-Marketing-Maßnahmen mit direkter Ansprache der Bestandskunden und potenzieller Interessenten legen sie geeinete Kriterien zur Selektierung zielgruppengerechter Daten aus ihrem Kundenbezihungsmanagement-System *(Kundenstatus, Kundentypus, Kaufhistorie)* fest und wenden für die Segmentierung ein Scoring-Modell an. |  | **LS07 Daten auswählen und analysieren** | ÜbersichtAuswertung | systematisch vorgehenzielgerichtet arbeitenInformationen nach Kriterien aufbereiten und darstellenErgebnisse zusammenfassenmit Modellen arbeiten |  | 08 |
| Bei der Umsetzung der einzelnen Online-Marketing-Maßnahmen berücksichtigen sie die technischen Anforderungen. Hierfür setzen sie auch Möglichkeiten der Identifikation und Nachverfolgung der Nutzer um. |  | **LS08 Technische Anforderungen bei der Umsetzung von Online-Marketing-Maßnahmen berücksichtigen** | Gesprächsvorbereitung | systematisch vorgehenzielgerichtet arbeitenInformationen nach Kriterien aufbereiten und darstellenErgebnisse zusammenfassen |  | 04 |
| Für Online-Marketing-Maßnahmen, die die Auffindbarkeit und Sichtbarkeit des Online-Angebots optimieren, entwickeln und begründen die Schülerinnen und Schüler Verbesserungsvorschläge und initiieren deren Umsetzung auf und außerhalb der Website des Unternehmens. |  | **LS09 Auffindbarkeit und Sichtbarkeit des Online-Angebots verbessern** | Handlungsanweisung | Verbesserungsvorschläge entwickelnsystematisch vorgehenzielgerichtet arbeitenInformationen nach Kriterien aufbereiten und darstellenErgebnisse zusammenfassensachlich argumentieren |  | 15 |
| Die Schülerinnen und Schüler kommunizieren auch in einer Fremdsprache mit externen und internen Dienstleistern über die optimale Platzierung und technische Umsetzung sowie über Vergütungsmodelle. |  | **LS10 Mit Dienstleistern kommunizieren** | GesprächsvorlageE-Mail | sachlich argumentierenBedürfnisse und Interessen artikulierenInformationen austauschen Entscheidungen treffen | Fremdsprache | 03 |
| Sie halten rechtliche Regelungen *(unzumutbare Belästigungen, Datenschutz, Jugendmedienschutz)* ein und berücksichtigen ethische Grenzen. |  | **LS11 Rechtliche Regelungen einhalten und ethische Grenzen berücksichtigen** | ChecklisteHandlungsempfehlung | systematisch vorgehenzielgerichtet arbeitenInformationen nach Kriterien aufbereiten und darstellenGesetzestexte anwendenEntscheidungen treffenErgebnisse ermitteln und bewertenErgebnisse zusammenfassensachlich argumentieren |  | 08 |
| Sie testen die Online-Marketing-Maßnahmen mit Hilfe von AB-Tests und entscheiden sich für Durchführungsalternativen. |  | **LS12 Maßnahmen testen** | AB-TestHandlungsempfehlung | systematisch vorgehenzielgerichtet arbeitenInformationen nach Kriterien aufbereiten und darstellenErgebnisse zusammenfassenEntscheidungen treffenErgebnisse ermitteln und bewertenErgebnisse zusammenfassen |  | 04 |
| Die Schülerinnen und Schüler überwachen das Gesamtbudget und passen bei Bedarf die Budgets für die einzelnen Online-Marketing-Maßnahmen an. |  | **LS13 Gesamtbudget überwachen und anpassen** | Handlungsempfehlung | systematisch vorgehenzielgerichtet arbeitenInformationen nach Kriterien aufbereiten und darstellenEntscheidungen treffenErgebnisse ermitteln und bewertenErgebnisse zusammenfassensachlich argumentieren |  | 02 |
| Sie bewerten den Erfolg der Online-Marketing-Maßnahmen anhand von Kennzahlen *(Besuche, Besucher, Seitenaufrufe, Verweildauer, Konversionsrate, Neukundenanteil).* Sie beurteilen die ökonomischen Wirkungen *(Kosten pro Bestellung, Kosten-Umsatz-Relation)* der einzelnen Online-Marketing-Maßnahmen. Hieraus leiten sie Optimierungsmöglichkeiten im Marketing-Mix für das Unternehmen ab. |  | **LS14 Kennzahlen analysieren und Maßnahmen ableiten**  | BerichtHandlungsempfehlung | Regeln und Verfahren anwendensystematisch vorgehenzielgerichtet arbeitenErgebnisse zusammenfassen Ergebnisse ermitteln und bewertensachlich argumentieren |  | 06 |
| Die Schülerinnen und Schüler reflektieren den Einfluss der Online-Marketing-Maßnahmen auf unternehmerische Zielsetzungen. Sie setzen sich kritisch mit deren Einfluss auf gesellschaftliche Prozesse auseinander und hinterfragen die eigenen Wertvorstellungen. | [Umfassende Kompetenz für das gesamte Lernfeld]Integrativ umsetzen |