






Unternehmens-Kern	Was macht mich als Selbständigen aus?	Welche Werte sind für mich wichtig?	Habe ich ein Unternehmensleitbild definiert?	Habe ich eine langfristige Vision und eine konkrete Mission, um meine Vision zu erreichen?	Welchen höheren Zweck verfolgt mein Unternehmen und welchen Sinn stiften wir?
<a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Alleinstellungsmerkmal">https://de.wikipedia.org/wiki/Alleinstellungsmerkmal</a>	<a href="https://karrierebibel.de/ikigai-modell">https://karrierebibel.de/ikigai-modell</a>	<a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Wertvorstellung">https://de.wikipedia.org/wiki/Wertvorstellung</a>	<a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Unternehmensleitbild">https://de.wikipedia.org/wiki/Unternehmensleitbild</a>	<a href="https://blog.hubspot.de/sales/vision-mission">https://blog.hubspot.de/sales/vision-mission</a>	<a href="https://karrierebibel.de/purpose">https://karrierebibel.de/purpose</a> und <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Corporate_Purpose">https://de.wikipedia.org/wiki/Corporate Purpose</a>
Wie zeigt sich das im Alltag?	Wie zeigt sich das im Alltag?	Wie zeigt sich das im Alltag?	Wie zeigt sich das im Alltag?	Wie zeigt sich das im Alltag?	Wie zeigt sich das im Alltag?
Mit welchen konkreten Content-Ideen könnte ich das sichtbar machen?	Mit welchen konkreten Content-Ideen könnte ich das sichtbar machen?	Mit welchen konkreten Content-Ideen könnte ich das sichtbar machen?	Mit welchen konkreten Content-Ideen könnte ich das sichtbar machen?	Mit welchen konkreten Content-Ideen könnte ich das sichtbar machen?	Mit welchen konkreten Content-Ideen könnte ich das sichtbar machen?
Erstellt von Frank Neuhaus von Ad!Think und zuletzt aktualisiert am 15. September 2022: <a href="https://www.adthink.de">https://www.adthink.de</a>	<b>AD!THINK</b> Marketing weiterdenken.	Zur Verfügung gestellt unter der Creative Commons-Lizenz „CC-BY-NC“: <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons">https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons</a>			

SWOT Unternehmen				
Welche Stärken hat mein Unternehmen, haben meine Produkte oder Dienstleistungen?	Welche Schwächen hat mein Unternehmen, haben meine Produkte oder Dienstleistungen?	Welche Chancen sehe ich für mein Unternehmen, meine Produkte oder Dienstleistungen?	Welche Risiken sehe ich für mein Unternehmen, meine Produkte oder Dienstleistungen?	Info: <a href="https://swot-analyse.net">https://swot-analyse.net</a>
Was könnte hier der nächste Schritt sein?	Was könnte hier der nächste Schritt sein?	Was könnte hier der nächste Schritt sein?	Was könnte hier der nächste Schritt sein?	
Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	
Erstellt von Frank Neuhaus von Ad!Think und zuletzt aktualisiert am 15. September 2022: <a href="https://www.adthink.de">https://www.adthink.de</a>	<b>AD!THINK</b> <sup>®</sup> Marketing weiterdenken.	Zur Verfügung gestellt unter der Creative Commons-Lizenz „CC-BY-NC“: <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons">https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons</a>		

SWOT Kommunikation				
Welche Stärken hat meine Unternehmens-Kommunikation?	Welche Schwächen hat meine Unternehmens-Kommunikation?	Welche Chancen sehe ich für meine Unternehmens-Kommunikation?	Welche Risiken sehe ich für meine Unternehmens-Kommunikation?	Info: <a href="https://swot-analyse.net">https://swot-analyse.net</a>
Was könnte hier der nächste Schritt sein?	Was könnte hier der nächste Schritt sein?	Was könnte hier der nächste Schritt sein?	Was könnte hier der nächste Schritt sein?	
Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	
Erstellt von Frank Neuhaus von Ad!Think und zuletzt aktualisiert am 15. September 2022: <a href="https://www.adthink.de">https://www.adthink.de</a>	<b>AD!THINK</b> <sup>®</sup> Marketing weiterdenken.	Zur Verfügung gestellt unter der Creative Commons-Lizenz „CC-BY-NC“: <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons">https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons</a>		

SWOT Arbeitgeber				
Welche Stärken habe ich als Arbeitgeber?	Welche Schwächen habe ich als Arbeitgeber?	Welche Chancen sehe ich für mich als Arbeitgeber?	Welche Risiken sehe ich für mich als Arbeitgeber?	Info: <a href="https://swot-analyse.net">https://swot-analyse.net</a>
Was könnte hier der nächste Schritt sein?	Was könnte hier der nächste Schritt sein?	Was könnte hier der nächste Schritt sein?	Was könnte hier der nächste Schritt sein?	
Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	Welche konkreten Content-Ideen lassen sich davon ableiten?	
Erstellt von Frank Neuhaus von Ad!Think und zuletzt aktualisiert am 15. September 2022: <a href="https://www.adthink.de">https://www.adthink.de</a>	<b>AD!THINK</b> <sup>®</sup> Marketing weiterdenken.	Zur Verfügung gestellt unter der Creative Commons-Lizenz „CC-BY-NC“: <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons">https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons</a>		

SMART-Ziele				
Welche Herausforderung habe ich momentan, für die sich strategisches Online- und Social Media-Marketing einsetzen ließe?	Welches Ziel würde ich formulieren, um meine Herausforderung zu lösen?	Wie könnte dieses allgemeine Ziel (wenn möglich in einem Satz) als SMART-Ziel formuliert werden?	Info: <a href="https://karrierebibel.de/smart-methode">https://karrierebibel.de/smart-methode</a>	
S = Spezifisch (Wie kann ich mein Ziel so konkret wie möglich formulieren?)	M = Messbar (Wie kann ich prüfen, dass ich mein Ziel erreicht habe?)	A = Attraktiv (Was motiviert mich, dieses Ziel erreichen zu wollen?)	R = Realistisch (Kann ich dieses Ziel mit den mir zur Verfügung stehenden Mitteln erreichen?)	T = Terminiert (Bis wann möchte ich mein Ziel erreicht haben?)
Erstellt von Frank Neuhaus von Ad!Think und zuletzt aktualisiert am 15. September 2022: <a href="https://www.adthink.de">https://www.adthink.de</a>	 <p>Marketing weiterdenken.</p>	Zur Verfügung gestellt unter der Creative Commons-Lizenz „CC-BY-NC“: <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons">https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons</a>		

Messbarkeit				
Auf welchem Kanal möchte ich meine Aktivitäten messen?	Welche Kennzahlen gibt es dort unter anderem?	Ist diese Kennzahlen wichtig für mich und wenn ja, warum?	Wo stehe ich hier und wo möchte ich hin?	Mit welchen Aktivitäten möchte ich eine Verbesserung dieser Kennzahl erreichen?
Online-Marketing: Website mit „Google Analytics“: <a href="https://analytics.google.com/analytics/web">https://analytics.google.com/analytics/web</a>	Woher kamen meine Website-Besucher (Direkt, Verweisende Website, Organische Suche, Social Media)			
	Welcher Social Media-Kanal brachte mir mehr Besucher?			
	Welche verweisende Website brachte mir mehr Besucher?			
	Anzahl und Art der verweisenden Websites			
	Welche Unterseiten oder Blogartikel wurden am meisten aufgerufen?			
	Welche Einstiegs- und Ausstiegsseiten gibt es?			
	Wie lange hält sich ein Besucher auf meiner Website auf?			
	Wie hoch ist die Absprungrate?			
Online-Marketing: Website mit der „Google Search Console“: <a href="https://search.google.com/search-console">https://search.google.com/search-console</a>	Mit welchen Keywords wurde meine Seite gesucht, vorgeschlagen und angeklickt?			
Online-Marketing: Links zur Website mit „Bitly“: <a href="https://bitly.com">https://bitly.com</a>	Wie häufig wurde mein Link angeklickt?			
Online-Marketing: Newsletter	Wie viele Menschen haben den abonniert?			
	Wie viele der Abonnenten haben den Newsletter nach Empfang geöffnet?			
	Welche Links wurden angeklickt?			
Social Media: Facebook	Anzahl der Follower			
	Beitrags-Reichweite			
	Beitrags-Interaktionen			
	Kommentare			
Social Media: Instagram	Anzahl der Follower			
	Beitrags-Reichweite			
	Beitrags-Interaktionen			
	Kommentare			
	Profil-Aufrufe			
Social Media: LinkedIn: Persönliches Profil	Anzahl der Kontakte			
	Anzahl der Follower			
	Profil-Ansichten			
	Wie häufig in Suchen erschienen			
	Beitrags-Reichweite			
Social Media: LinkedIn: Unternehmens-Profil	Beitrags-Interaktionen			
	Kommentare			
	Anzahl der Follower			
	Beitrags-Reichweite			

	Beitrags-Interaktionen			
	Kommentare			
	Demografische Daten der Profil-Besucher			
Social Media: Pinterest	Anzahl der Follower			
	Profil-Ansichten			
	Beitrags-Reichweite			
	Beitrags-Interaktionen			
	Kommentare			
Social Media: Twitter	Anzahl der Follower			
	Beitrags-Reichweite			
	Beitrags-Interaktionen			
	Kommentare			
Social Media: Xing: Persönliches Profil	Anzahl der Kontakte			
	Beitrags-Reichweite			
	Beitrags-Interaktionen			
	Kommentare			
	Wie häufig in Suchen erschienen			
Social Media: Xing: Unternehmens-Profil	Profil-Besuche			
	Anzahl der Follower			
Unternehmen	Mehr Kunden gewonnen			
	Von Kunden empfohlen worden			
	Von Multiplikatoren empfohlen worden			
	Von Mitarbeitern empfohlen worden			
	Presse-Anfragen erhalten			
	Vortrags-Anfragen erhalten			
	Passendere Bewerbungen erhalten			
Erstellt von Frank Neuhaus von Ad!Think und zuletzt aktualisiert am 15. September 2022: <a href="https://www.adthink.de">https://www.adthink.de</a>	<b>AD!THINK</b> <sup>®</sup> Marketing weiterdenken.	Zur Verfügung gestellt unter der Creative Commons-Lizenz „CC-BY-NC“: <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons">https://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons</a>		