

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
	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	überfachliche Kompetenzen	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 vorgehen zielgerichtet arbeiten Informationen strukturieren Zusammenhänge herstellen Ergebnisse 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 vorgehen zielgerichtet arbeiten Informationen strukturieren Zusammenhänge herstellen Ergebnisse zusammenfassen Entscheidungen treffen Schlussfolgerungen ziehen mit Medien sachgerecht umgehen	Projekt möglich	13
Die Schülerinnen und Schüler setzen die Vorgaben (<i>Copy Strategie</i>) einer		LS03 Kundenkommunikation gestalten	Konzept	begründet vorgehen systematisch vorgehen		04

Bildungsplan		didaktisch-methodische Analyse				
kompetenzbasierte Ziele	Konkretisierung	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
ganzheitlichen Kundenkommunikation entlang der Kontaktstrecke um und legen Kommunikationsinhalte fest.				Regeln anwenden sachlich argumentieren		
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	Bericht Strategiepapier	systematisch vorgehen methodengeleitet vorgehen zielgerichtet arbeiten Informationen strukturieren Systeme oder Zustände untersuchen Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen Mitverantwortung tragen Zusammenhänge herstellen Abhängigkeiten finden Ergebnisse 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 vorgehen zuverlässig handeln Zusammenhänge herstellen Mitverantwortung 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 verfassen zielgerichtet arbeiten	Fremdsprache	03

Bildungsplan		didaktisch-methodische Analyse				
kompetenzbasierte Ziele	Konkretisierung	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
Für Online-Marketing-Maßnahmen mit direkter Ansprache der Bestandskunden und potenzieller Interessenten legen sie geeignete Kriterien zur Selektierung zielgruppengerechter Daten aus ihrem Kundenbeziehungsmanagement-System (<i>Kundenstatus, Kundentypus, Kaufhistorie</i>) fest und wenden für die Segmentierung ein Scoring-Modell an.		LS07 Daten auswählen und analysieren	Übersicht Auswertung	systematisch vorgehen zielgerichtet arbeiten Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen Ergebnisse zusammenfassen mit 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 vorgehen zielgerichtet arbeiten Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen Ergebnisse 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 entwickeln systematisch vorgehen zielgerichtet arbeiten Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen Ergebnisse zusammenfassen sachlich 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	Gesprächsvorlage E-Mail	sachlich argumentieren Bedürfnisse und Interessen artikulieren Informationen austauschen Entscheidungen treffen	Fremdsprache	03
Sie halten rechtliche Regelungen (<i>unzumutbare Belästigungen, Datenschutz, Jugendmedienschutz</i>) ein und berücksichtigen ethische Grenzen.		LS11 Rechtliche Regelungen einhalten und ethische Grenzen berücksichtigen	Checkliste Handlungsempfehlung	systematisch vorgehen zielgerichtet arbeiten Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen		08

Bildungsplan		didaktisch-methodische Analyse				
kompetenzbasierte Ziele	Konkretisierung	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
				Gesetzestexte anwenden Entscheidungen treffen Ergebnisse ermitteln und bewerten Ergebnisse zusammenfassen sachlich argumentieren		
Sie testen die Online-Marketing-Maßnahmen mit Hilfe von AB-Tests und entscheiden sich für Durchführungsalternativen.		LS12 Maßnahmen testen	AB-Test Handlungsempfehlung	systematisch vorgehen zielgerichtet arbeiten Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen Ergebnisse zusammenfassen Entscheidungen treffen Ergebnisse ermitteln und bewerten Ergebnisse 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 vorgehen zielgerichtet arbeiten Informationen nach Kriterien aufbereiten und darstellen Entscheidungen treffen Ergebnisse ermitteln und bewerten Ergebnisse zusammenfassen sachlich argumentieren		02
Sie bewerten den Erfolg der Online-Marketing-Maßnahmen anhand von Kennzahlen (<i>Besuche, Besucher, Seitenaufrufe, Verweildauer, Konversionsrate, Neukundenanteil</i>). Sie beurteilen		LS14 Kennzahlen analysieren und Maßnahmen ableiten	Bericht Handlungsempfehlung	Regeln und Verfahren anwenden systematisch vorgehen zielgerichtet arbeiten		06

Bildungsplan		didaktisch-methodische Analyse				
kompetenzbasierte Ziele	Konkretisierung	Lernsituation	Handlungsergebnis	überfachliche Kompetenzen	Hinweise	Zeit
die ökonomischen Wirkungen (<i>Kosten pro Bestellung, Kosten-Umsatz-Relation</i>) der einzelnen Online-Marketing-Maßnahmen. Hieraus leiten sie Optimierungsmöglichkeiten im Marketing-Mix für das Unternehmen ab.				Ergebnisse zusammenfassen Ergebnisse ermitteln und bewerten sachlich argumentieren		
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					