

Der Digital Game Plan **für Dein** **Unternehmen**

Was ist der Digital Game Plan?

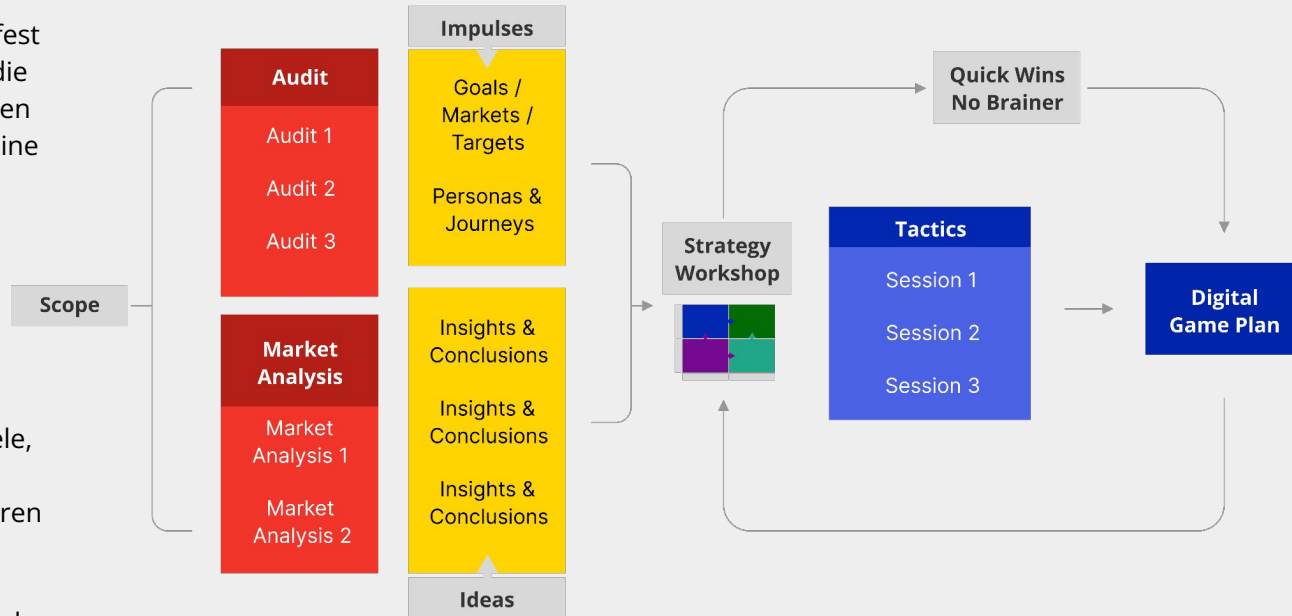
Der Digital Game Plan beschreibt die **Strategie** für die **digitale Welt**. Er enthält **konkrete Maßnahmen**, deren Priorisierung und Verantwortlichkeiten. Die basieren auf der Analyse des Status quo sowie den **Zielen, Zielgruppen** und deren **Customer Journeys**. Alles verpackt in einer **umsetzbaren Roadmap**.

Im Sinne einer handfesten Strategie beschreibt er, was wie und warum zu tun ist - und was nicht.

So entsteht der Digital Game Plan

Zuerst legen wir gemeinsam den **Projektrahmen** fest und analysieren die relevanten digitalen **Märkte** sowie Deine wichtigsten **Touchpoints**.

In Workshops erarbeiten wir Ziele, **Zielgruppen**, **Personas** und deren Journeys und verknüpfen diese anschließend mit den Ergebnissen der **Audits** und **Marktanalysen**.



Wir ordnen die Ergebnisse Kategorien zu: „**No Brainer**“ und „**Quick Wins**“ setzen wir sofort **um**, während wir in Sessions **Taktiken** für „**Show Stopper**“ und „**Game Changer**“ entwickeln.

Schließlich bündeln wir alle Maßnahmen im Digital Game Plan, der während der Umsetzung als **zentrales Steuerungstool** dient.

So bilden wir Personas


Wir identifizieren **Zielgruppen**, die sich besonders für das Produkt oder die Dienstleistung interessieren.

Wir **segmentieren** die Zielgruppen in Personengruppen mit **möglichst gleichen Merkmalen** (basierend auf der Kaufentscheidung und Produktnutzung).

Datenbasiert leiten wir **charakteristische Personas** zur höheren Identifikation mit den Zielgruppen ab.

Melanie
Lone Warrior

Relevanz
●●●●●



Digital Level
Expert

Disziplinen
Social Media, SEO, SEA, E-Mail-Marketing, Datenanalyse, UX Design, eCommerce, Trends

News Brands
t3n, W&V, Horizont, OMR Newsletter

Digital Affinität
■■■■■

Geräteverwendung
■■■

Kanäle
Xing, LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Newsletter, Slack

Ticket-Besteller
selbst

Preiselastizität
€€€€€

Alter
25 - 45

Beruf
Freelancer, Consultant

Branche
Medien

Position
Leitend

Unternehmensform
Freelancer, Selbstständig, Freiberufler

Wohnort (Stadt + 20km)
Egal

netz
strategen

Interessen / Ziele

- Fachlicher Austausch mit Spezialisten
- Trends und Impulse für die eigene Arbeit
- Potentielle Kunden / Geschäftsbeziehungen

Networking Needs

- potentielle Kunden / Geschäftsbeziehungen (Decision Makers und Digital Marketing Specialists)
- Austausch mit anderen Lone Warriors und Digital Marketing Specialists

Erwartungen

- Inhaltliche Tiefe der Vorträge
- Gleichgesinnte finden / Networking
- Trendy, entspannte, kreative Atmosphäre
- Wow- / Kreative-Momente
- Networking Spaces und Slots
- Digitale Begleitung des Event (z.B. Online Tickets, Programm, Location Map, Kalendereintrag, individueller Timetable)

Schmerzpunkte

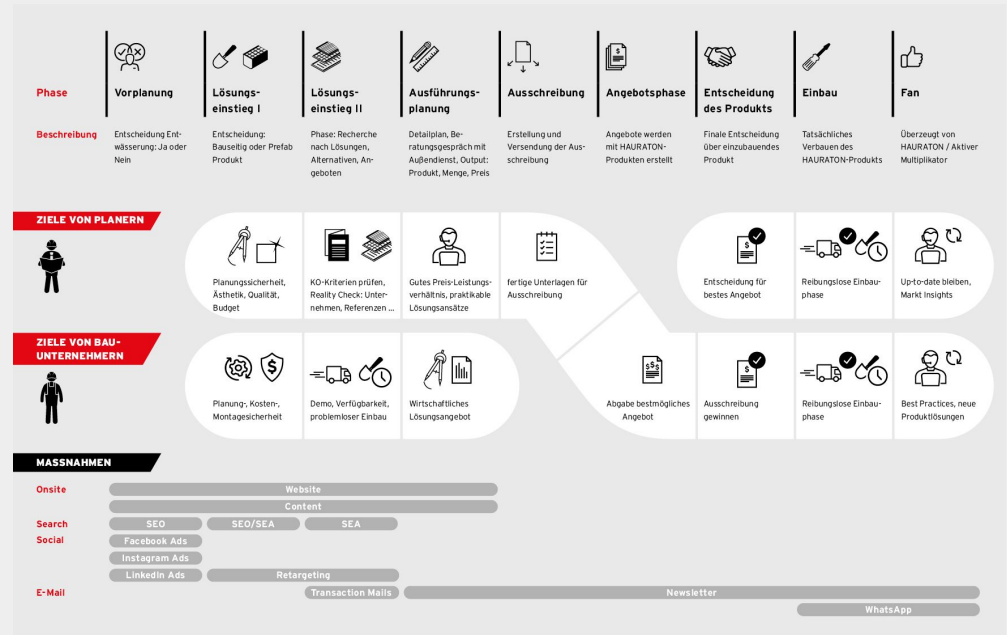
- Keine Learnings (Zeitverschwendung) fehlende fachliche Tiefe
- Keine Zeit zum Networking / Schwierig, passende Gesprächspartner zu finden

So planen wir Customer Journeys

Anschließend versetzen wir uns in jede Persona hinein und planen die **individuelle Customer Journeys**.

Dabei **skizzieren wir die Reise** von einem ersten Bedarfsauslöser **über verschiedene Phasen** bis hin zur Nutzung Deines Produkts oder Deiner Dienstleistung.

Entlang dieser Customer Journey definieren wir **Ziele, Touchpoints, Maßnahmen und konkrete Inhalte**.



So priorisieren wir die Maßnahmen

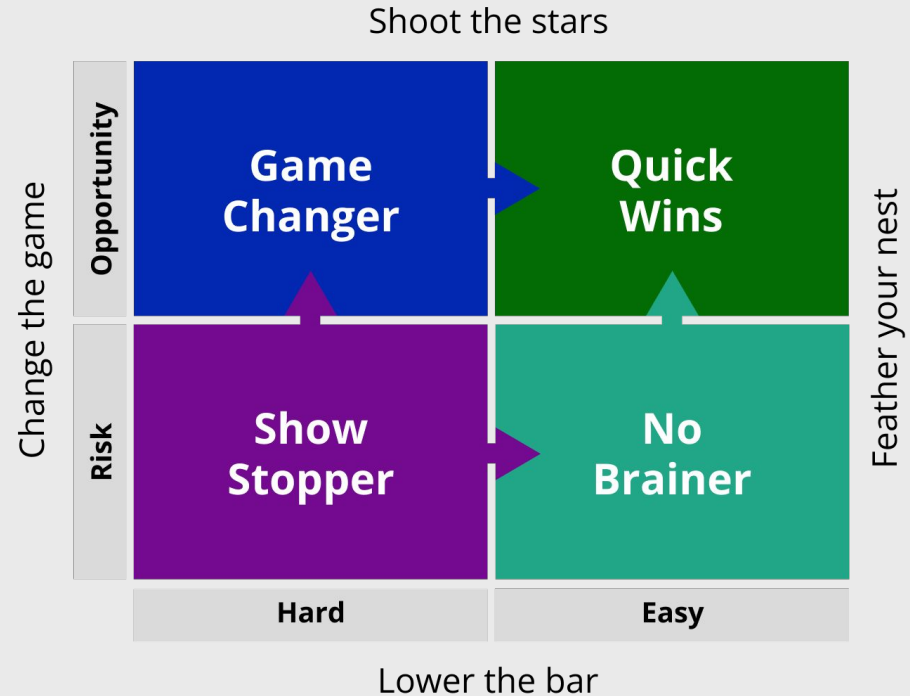
Bei der Erstellung Deines Digital Game Plans **priorisieren** wir mögliche digitale Projekte und Maßnahmen anhand von **vier Kategorien**:

„No Brainer“ = geringer Aufwand, um Risiko zu verringern (z.B. Tracking optimieren)

„Show Stopper“ = hoher Aufwand, um Risiko zu vermeiden (z.B. kein DSGVO-konformes Tracking)

„Game Changer“ = hoher Aufwand, um große Chancen zu ergreifen (z.B. eCommerce aufbauen)

„Quick Wins“ = geringer Aufwand, um kurzfristige Chancen zu nutzen (z.B. Paid Media Kampagnen optimieren)

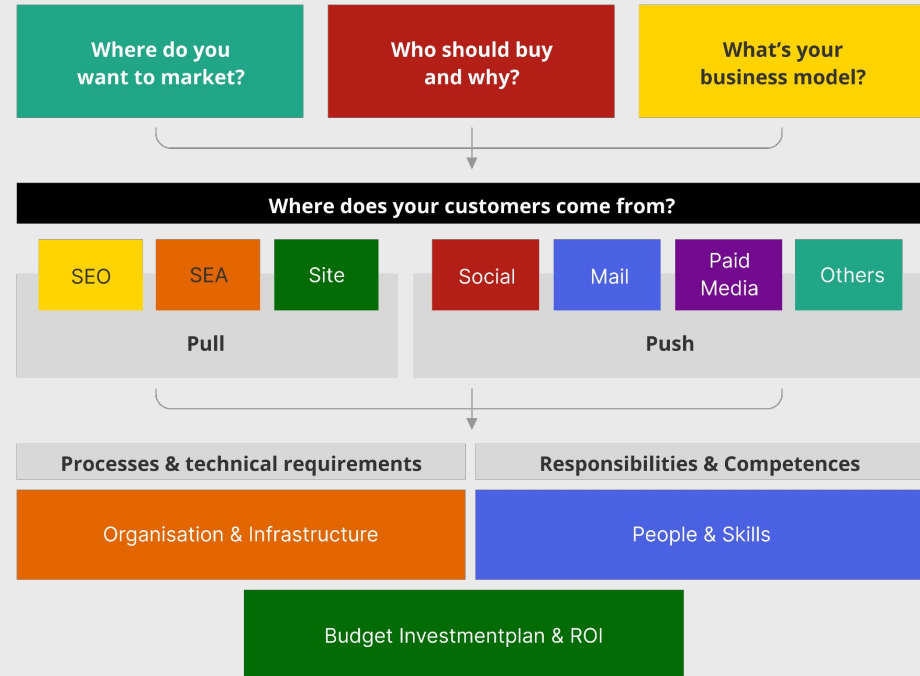


Digital Game Plan als Steuerungstool

Der Digital Game Plan stellt den **Überblick und die Koordination** der Maßnahmen sicher.

Er zeigt auf einer Seite von oben nach unten:

1. die **strategischen** Eckpfeiler
2. die Marketing-**Taktiken**
3. die organisatorischen und finanziellen Anforderungen an die **Organisation**



Das bekommst Du mit dem Digital Game Plan

- Aussagekräftige Zahlen zu **Kunden- und Umsatzpotenzialen**
- Priorisierte Liste mit „**Quick Wins**“ und „**No Brainer**“ für **kurzfristige Effekte**
- Detaillierte und **datenbasierte Personas**
- **Schritt-für-Schritt Customer Journeys** für besseres Kund:innenverständnis
- Strukturierte **Marketing- und Mediaplanung**
- Blaupause für Dein **Digital Dream Team**
- **Investitions- und Budgetplan**



Christina D'Illo

Strategische Planung

Geschäftsführerin netzstrategen GmbH

christina@netzstrategen.com

LinkedIn-Profil:

