

Abschlussarbeit (BK1/20)

Analyse und Optimierung der Marketing- und Vertriebspräsenz in Internet- und Social-Media-Portalen

MACCON (www.maccon.de) ist ein Mittelständler und B2B-Anbieter von Leistungen und Produkten der elektrischen Antriebstechnik. Die Kunden kommen aus Industrie, Maschinenbau, Kfz, Medizin, Forschung etc. Das Unternehmen ist sowohl national als auch international aktiv.

Bereits heute kommen die meisten neuen Anfragen und Anwendungen über unsere Webseite. Außer Suchmaschinenoptimierung werden aber noch keine weiteren Internetkanäle bzw -werkzeuge angewandt, um die Effektivität dieses wichtigen Marketing- und Vertriebsweges zu verbessern.

- *Aufnahme und Analyse des aktuellen Webauftrittes und Anfragenbearbeitung*
- *Analyse der aktuellen Abfragen (Google-Analytics)*
- *Entwickeln von Verbesserungsmaßnahmen, sowohl in Hinblick auf Struktur und Inhalt der Webseite als auch auf den Vertriebsprozess*
- *Untersuchung der Möglichkeiten der „Social-Media“ als zusätzliches Marketinginstrument*
- *Beschreibung, Begründung und (Begleitung von der anfänglichen) Umsetzung der Maßnahmen*
- *Festlegung der weiteren Pflege und Methoden der statischen Auswertung etc.*

Kontakt

Bernhard Kurz, Hochschule München: bernhard.kurz@hm.edu, mobil 0170/3819130

Ted Hopper (ceo), MACCON GmbH, Aschauer Strasse 21, 81549 München, Tel. +49(0)89/651220-22

Zeitplanung: Beginn ab sofort, Vorzugsweise März 2020

- Einarbeitung und Vorbereitung März 2020
- Recherche und Anforderungen April/Mai 2020
- Empfehlungen, Abschluss Juni 2020

Organisation, Kosten

- Vergütung gem Werksvertrag bei Maccon GmbH - tbd.
- Arbeitsplatz/Arbeitszeit: tbd