

**Thomas Lerch**

# Markt-Einführungsstrategien digitaler Produkte

Aspekte von Online-Marketing Strategien und Maßnahmen  
zur Anwendung vor dem Verkaufsstart von Online-Kursen

**Bachelorarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2019 GRIN Verlag  
ISBN: 9783346048639

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/503730>

**Thomas Lerch**

## **Markt-Einführungsstrategien digitaler Produkte**

**Aspekte von Online-Marketing Strategien und Maßnahmen zur Anwendung  
vor dem Verkaufsstart von Online-Kursen**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

# **BACHELORARBEIT**

Vorgelegt an der Hochschule für angewandte  
Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt in der Fakultät  
Informatik und Wirtschaftsinformatik zum Abschluss eines  
Studiums im Studiengang E-Commerce

**Vertiefungsmodul:** Conversion Optimierung

**Markt-Einführungsstrategien digitaler Produkte**

**Aspekte von Online-Marketing Strategien und  
Maßnahmen zur Anwendung vor dem Verkaufsstart von  
Online-Kursen**

**Abgabetermin:** 11. Juni 2019

**Eingereicht von: Thomas Lerch**

**Würzburg, 11. Juni 2019**

## **Kurzfassung**

Die vorliegende Abschlussarbeit bezieht sich auf Aspekte von Online-Marketing Strategien, Taktiken, Maßnahmen sowie Handlungsmöglichkeiten, die für den Markteintritt eines Online-Kurses in Betracht gezogen werden können. In Anbetracht dessen, dass die Produkteinführung einen Einfluss auf den Erfolg oder Misserfolg in den frühen Phasen der Marktpräsenz haben kann, ist dies durchaus von Relevanz. Auf Basis begründeter Annahmen nimmt diese Bachelorarbeit Bezug auf Strategien und eine Auswahl von Maßnahmen.

Es wird auf Instrumente der Marketingplanung eingegangen, die für diese Arbeit von Bedeutung sind. Ausgehend von hoher Unsicherheit auf Verbraucherseite, die in Verbindung mit digitalen Produkten besteht, werden Strategien der Produkt-, Kommunikations- und Preispolitik beleuchtet und auf den Markteintritt übertragen.

Auf dieser Basis wird eine Auswahl von Online-Marketing Maßnahmen näher beleuchtet.

Zwei konkrete und praxisorientierte Handlungsmöglichkeiten werden dargelegt und ein schrittweises Vorgehen wird mittels Visualisierungen präsentiert. Abschließend werden ausgewählte psychologische Trigger erläutert, deren Einsatz sich ergänzend zu den Handlungsmöglichkeiten anbietet. Zusätzlich wird dies anhand von Beispielen visualisiert.

## **Abstract**

This paper considers aspects of digital marketing strategies, tactics, methods and options for action which can be utilized for the launch of an online course. Whereas the market entry can have a crucial impact on the market success or failure, the launch is of importance.

Taking the high uncertainty into account that exists in connection to digital goods, strategies of product, promotion and price are explored and transferred to market entry. These strategies are based upon reasoned assumptions.

Based on this foundation, a selection of digital marketing methods that are of importance are examined in detail. Two concrete and practical possibilities for action are presented. A step-by-step procedure using visualizations is outlined. Finally, two psychological triggers are presented and visualized with the support of examples.