

---

# CORONA/ COVID-19

PERFORMANCE MARKETING-  
GUIDE FÜR IHR UNTERNEHMEN



## WEVENTURE CORONA CHECKLISTE -TEIL 1

1.

**SAFETY FIRST** - Die eigene Gesundheit steht an erster Stelle - Homeoffice so effektiv wie möglich für alle Mitarbeiter gestalten! [Hier ein "How to" von Google](#)

2.

**KOMMUNIKATION** - Schicken Sie eine E-Mail mit Stellungnahme zum Coronavirus (Lieferzeiten, Herstellungsort, etc.) um Kunden zu beruhigen und Ihre Marke zu stärken.

2.1

**KOMMUNIKATION** - Webseite: Informieren Sie Ihre Kunden über den Einfluss des Coronavirus auf Ihr Business. Z.B. mit einem Banner auf allen relevanten Seiten.

2.2

**KOMMUNIKATION** - Checkout-Seite: Informieren Sie Kunden im Checkout-Prozess über mögliche Verspätungen bei Lieferungen bzw. versichern Sie doppelt, dass Waren auch wie gewohnt geliefert werden.

2.2

**KOMMUNIKATION** - Produktseiten: Informieren Sie Kunden schon hier, wenn es zu verzögerten Lieferzeiten, etc. kommen kann. Ansonsten auch proaktiv, dass alles bleibt wie bisher.

2.3

**KOMMUNIKATION** - Erstellen sie eine neue "Corona" FAQ-Seite bei hohem Anfrageaufkommen

## WEVENTURE CORONA CHECKLISTE - TEIL 2

3.

**MARKETING STRATEGIE** - Jede Kampagne im Kontext bewerten - Sind die geplanten Kampagnen in Anbetracht des aktuellen Kontextes richtig oder sollten diese angepasst werden? Wie kann Ihr Produkt in der jetzigen Lage genutzt werden?



3.1

**MARKETING STRATEGIE** - Zahlen im Blick halten - Folgende KPIs sollten Sie im Blick haben: Google Analytics: Conversion Rate & Traffic, Google Ads/ Facebook Ads: Impressions, Klicks & Conversion rate



3.2

**MARKETING STRATEGIE** - Werbematerial - Ist das jetzige Werbematerial noch passend? Neues Werbematerial, Texte, etc.?



3.3

**KOMMUNIKATION** - Extra Aktionen - Mit speziellen Aktionen wie Gutscheinaktionen, Loyalty Sales, etc. könnten Sie Ihre Liquidität kurzfristig sichern. Nutzen Sie besonders E-Mail und Remarketing.



4.

**VORAUSSCHAUEND PLANEN** - Verfolgen Sie die Sachlage eng, um Anstiege in der Nachfrage Ihres Produktes/Services nicht zu verpassen und den Produktionsplan früh genug anzupassen!

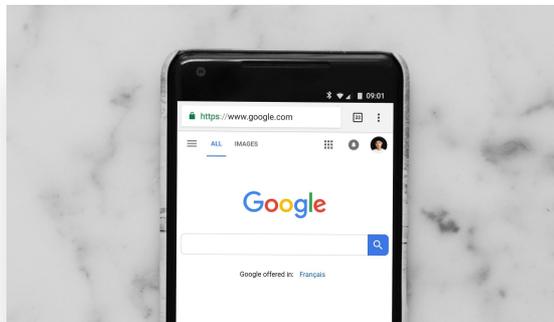


5.

**BETTER TOGETHER** - Sprechen Sie mit Ihrem WEVENTURE Ansprechpartner über Herausforderungen und Potenziale, die in den Online Marketing Kanälen kurzfristig und effizient umgesetzt werden können.



—  
**VERPASSEN SIE  
NICHT ALLE  
INFORMATIONEN  
UNSERER PARTNER!**



**Infopaket herunterladen**

Das könnte Sie außerdem interessieren:  
[Coronavirus: Was Google tut, um zu helfen](#), [Resources to help your small business manage through uncertainty](#), [Inside Google Marketing: 5 principles guiding our media teams in the wake of the COVID-19 outbreak](#).

**Google**



**Infopaket herunterladen**

Das könnte Sie außerdem interessieren:  
[COVID-19 Insights Webinar](#), [Nützliche Ressourcen für Unternehmen](#).

**facebook**

---

## WIRTSCHAFTLICHE HILFEN VON GOOGLE & FACEBOOK?



Account Manager  
kontaktieren

Facebook hat einen +100.000 Millionen Euro  
Fond für seine Werbepartner aufgesetzt  
welcher bis zu 30.000 Unternehmen zur  
verfügung steht.

Google gewährt über seine  
Ansprechpartner bei WEVENTURE  
individuelle Hilfen für Werbeausgaben..

facebook Google

# KEY INSIGHTS VON GOOGLE

Source: Covid-19 Implications Germany

Which come with the following **recommendations**



⇒ **Stay close** to consumers and changes in their behavior. For example, prepare for consumer **demand to shift rather than disappear**, as seen in China.

⇒ Prepare for **increased consumption of online media**.



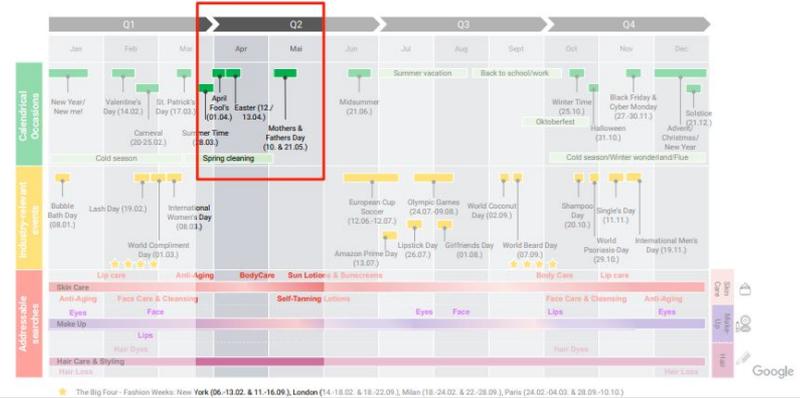
⇒ Enhance awareness of **'home based solutions'** (e.g. Home-Spa products, enhanced Skin Care at home, Trainings at home) for your audience.

⇒ Consider possible **near term pricing changes / discounts**.

Source: COVID-19 Implications for Business, McKinsey, 2020

Google

The next seasonal events are your opportunities to get the message out



Google

Infopaket herunterladen

# KEY INSIGHTS VON FACEBOOK

Source: COVID-19 Insights Webinar

Taking on Covid-19

## Consumers seek proactive communication from brands

- Be authentic
- Maintain proactive and frequent contact with your customers
- Set realistic expectations for customers
- Frequently train your Customer Service teams
- Constantly monitor and act upon customers' feedback

Source: "Customer Communications Recommendations during Novel Coronavirus Outbreak", by Volo, Feb 2020



Taking on Covid-19

## Insight #1

People are looking to trusted brands to provide them with safety and security in testing times. They want to be assured that the brands they choose are in control of their supply chains, transparent and trustworthy.

Source: "Covid-19: What do consumers expect from brands?" by Kantar, Feb 2020  
The study is based on an online survey of 1,000 consumers between the ages of 18 and 60 across six countries in the region: Singapore, Indonesia, Philippines, Korea, Japan, Thailand. Fieldwork was conducted between 26 Dec 27 February 2020.  
Kantar's panel data and social media analysis over the period between 18 Dec and 27 February 2020 complements the survey.

FACEBOOK

## Insight #2

People expect brands to:

- Deliver real value
- Act responsibly
- Do right by the community, including their employees

Brands that were able to deliver purpose in an ethical way saw their value grow twice as much as average brands.

Infopaket herunterladen

---

**PERFORMANCE MARKETING  
HERAUSFORDERUNGEN MIT  
CORONA/COVID-19?**

**SPRECHEN SIE MIT UNSEREN  
EXPERTEN!**

Telefon: 030/ 916844-01

E-Mail: [insider@weventure.de](mailto:insider@weventure.de)

