



BeeHero
Pollinate & Prosper

Online Marketing Konzept



Markt



Ein Problem, das uns alle betrifft

Bevölkerungs- wachstum

-
steigender
Nahrungs-
mittelbedarf

$\frac{1}{3}$

unserer
Nahrungsmittel
ist auf
Bestäubung
angewiesen

Bienensterben

-
der Bestand an
wilden Bestäubern
geht dramatisch
zurück



Steigende
Abhängigkeit
der
Landwirtschaft
von
gezüchteten
Honigbienen



Keine
Kulturpflanze ist
so sehr auf
Bestäubung
angewiesen, wie
Mandelbäume

Kalifornien produziert
etwa **80% der**
weltweiten
Mandelernte und 100%
des kommerziellen
Angebots der USA.
Mandeln sind
Kaliforniens
Agrarexport Nr. 1



Die Anbaufläche umfasst ca.
1.530.000 Acres
(+10% in 2019)

-

70% der
Plantagen sind
kleiner als **100**
Acres

Es gibt **7.600**
Mandelplantagen
in Kalifornien -
zumeist betrieben
von Familien in der
dritten und vierten
Generation

Technologische
Evolution in der
Landwirtschaft

-

Bewässerung
Lieferkette
Nährstoffe
Schädlingsbekämpfung
Wettervorhersage
Saatgut

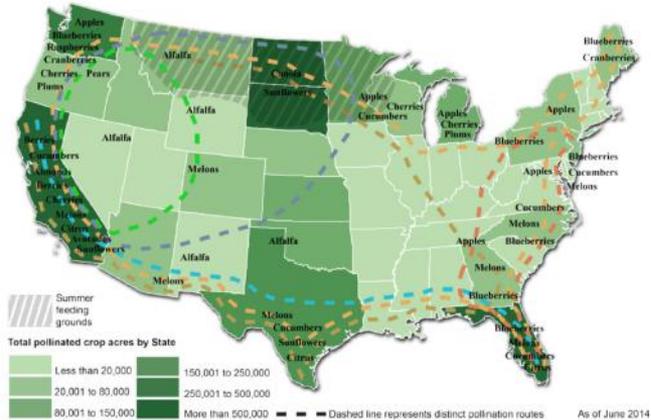


Die Bestäubung
von Mandeln in
Kalifornien sorgt
für mehr als $\frac{1}{3}$ **der**
Umsätze der
kommerziellen
Imker in den USA

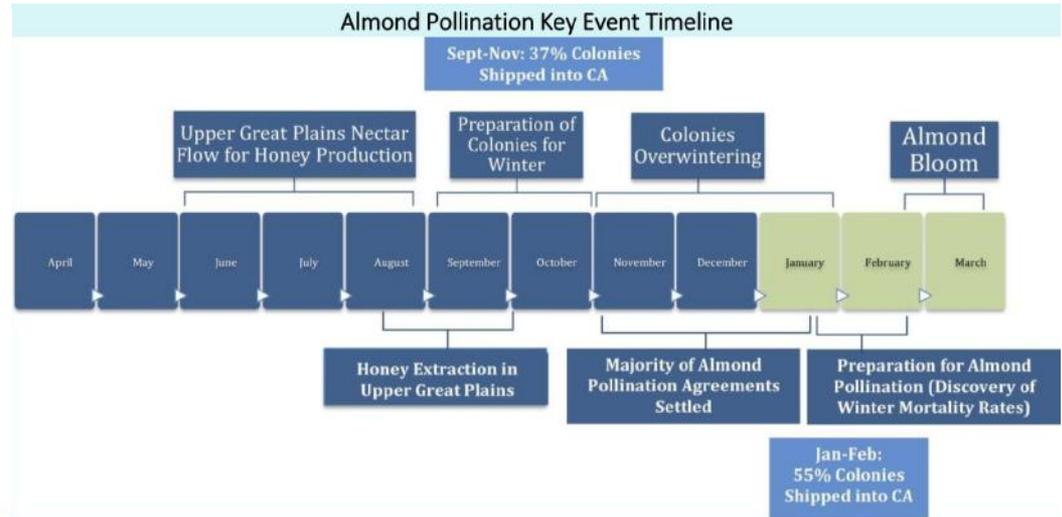
Kommerzieller Imker
ist, wer mit **mehr als**
300 Bienenstöcken
arbeitet. In den USA
gibt es **Großbetriebe**
mit **10.000 - 100.000**
Bienenstöcken

Die jährliche Reise der Imker

Figure 1: Pollinator movements and crops in the United States

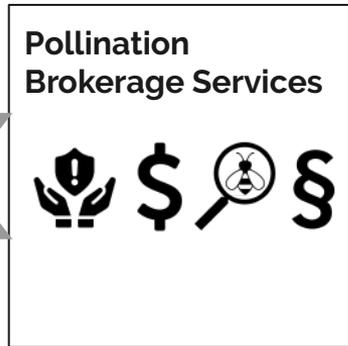


Source: Adapted by USDA, Economic Research Service from Kautzmann (2011), with input from commercial beekeepers and apiculture experts, including Dr. Jeff Pettis and Dr. David Eppstein, an entomologist and authority on pollinators with the USDA's Office of Pest Management Policy. Crop production acres are from USDA, NASS, 2012 Agricultural Census, 2014.



So funktioniert der Markt

- Reisen mit ihren Bienen über sehr weite Distanzen
- sehr manuelle Arbeit basierend auf Erfahrung und Intuition
- Auch Honigbienen sterben (30%): Winter, Stress, Pestizide, Milbenbefall, Monokulturen, Konzentration der Bienen in einer Region
- Hohe finanzielle Investments fließen in Erhalt und Nachkauf und verringern ROI



- Vermittlung & Risikominimierung
- Preisverhandlung
- Vertragsgestaltung
- Inspiziert Bienenstöcke
- Langjährige Beziehungen, Erfahrung und Vertrauen
- Vermittlungsgebühren: \$2 bis \$20 pro Bienenvolk

- abhängig von Bestäubung
- mieten Bienenstöcke
- Mandel Nachfrage steigt
- Bedarf an Bestäubern steigt
- bereit, höhere Preise für stärkere Bienenvölker zu zahlen
- Preise steigen
- aber: es gibt keinen Kontrollmechanismus > wenn die Bestäubung fehlschlägt, erfahren die Farmer es erst, wenn es zu spät ist
- Bienensterben wirkt schlechtes Licht auf sie



Markt

// B2B

// Agrarwirtschaft > AgTech > Pollination Services

// Mandelanbau

// Kalifornien, USA

// Pollination Cycle 2021 - Beginn: Januar 2021

// Marktvolumen*: ca. 26,4 Millionen US Dollar

// Marktpotenzial: ca. 48 Millionen US Dollar**

*Umsatz Pollination Brokerage Services 2020 errechnet basierend auf Schätzwerten von West Coast Nut (Jan 2020):
2,4 Mio. benötigte Bienenvölker x 2-20 US Dollar Vermittlungsgebühr pro Volk (11 US Dollar im Mittel)

** Möglicher Umsatz Pollination Brokerage Services 2020 bei maximaler Vermittlungsgebühr (20 US Dollar)



Unternehmen



Unternehmen



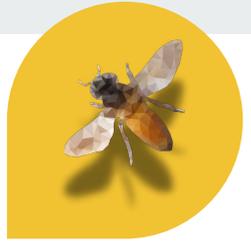
We maximize crop yields through precision pollination, **combining sophisticated machine learning algorithms with low-cost sensors** to stimulate maximum output potential during your peak pollination cycles.

BeeHero is founded by a team of serial entrepreneurs, data scientists, and veteran beekeepers to ensure **everyone wins: Farmers, Beekeepers, and Nature.**

Gegründet 2017 in Tel Aviv, Israel – Firmensitz in Fresno, Kalifornien, USA



mehr
gesunde
Bienen



BeeHero Lösung

Real-time insights

- in die Gesundheit des Bienenvolks: Anzahl der Rahmen, Königinnenstatus, Schädlinge und mehr

Höherer ROI & Profite

- Die Überwachung führt zu starken, produktiven Kolonien. Gesundere Kolonien reduzieren Verluste und senken die Betriebskosten

**Kommerz.
Imker**



**Precision Pollination
Service**



**Mandel
Farmer**



POLLINATORS PARTNER PROGRAM

- Bienenzüchter erhalten kostenlose Sensoren
 - BeeHero übernimmt das Relationship Management mit den Farmern, die Abwicklung, Rechnungsstellung, etc.
- SMART HIVES + OPTIMIZED DEPLOYMENT +
QUALITY INSURANCE

Real-time hive monitoring & crop consulting

- Risikofreie Bestäubung
- Steigerung der Ernteerträge und Gewinne (Steigerung der Erträge um durchschnittlich 30%)
- Bestäubungsqualität vorhersagen und messen
- Minimierung der Overheadkosten durch Echtzeit-Überwachung
- Bienen-Schutz: Bee Awareness als Erfolgsfaktor



Aufgaben

1. Aufbau eines Pollinators Partner Programms mit kommerziellen Imkern in den USA
2. Verkauf des BeeHero Precision Pollination Service an Mandel Farmer in Kalifornien (Pollination Cycle 2021)

Besondere Herausforderung: Durch die Corona Pandemie sind persönliche Besuche bei Imkern und Farmern durch das Sales Team aktuell nicht möglich. Wie kann eine Online Marketing Strategie dazu beitragen, die Aufgaben dennoch erfolgreich zu bewältigen?

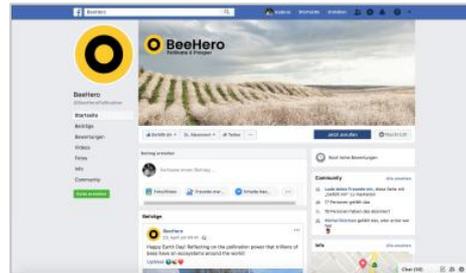
Kleines Online Audit: Wo steht BeeHero? (1/2)



Website <https://www.beehero.io/>

Demo <https://beehero.farm/login>

- statischer 4-Seiter
- rudimentäre Informationen
- Sichtbarkeitsindex: 0
- Zielgruppe: Farmer und Imker
- Ausrichtung: schnelle Kontakt-Conversion in 1:1 Marketing



Facebook Fanpage

- aktiv seit Februar 2020
- 17 Fans, 19 Abonnenten
- 3 Beiträge, geringe
- Interaktion (3-5 Likes)



Twitter Profil

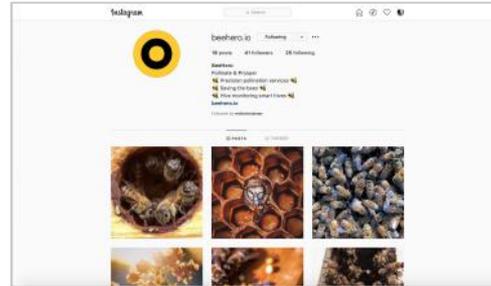
- aktiv seit September 2018
- 93 Follower, folgt 2
- 2 Tweets

Kleines Online Audit: Wo steht BeeHero? (2/2)



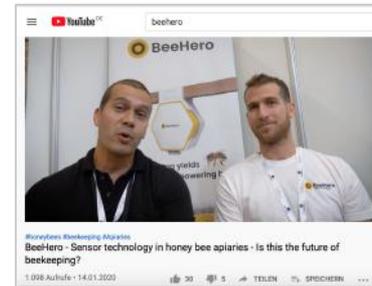
LinkedIn Profil

- 3 Beiträge
- etwas höhere Interaktion als FB
- 383 Follower



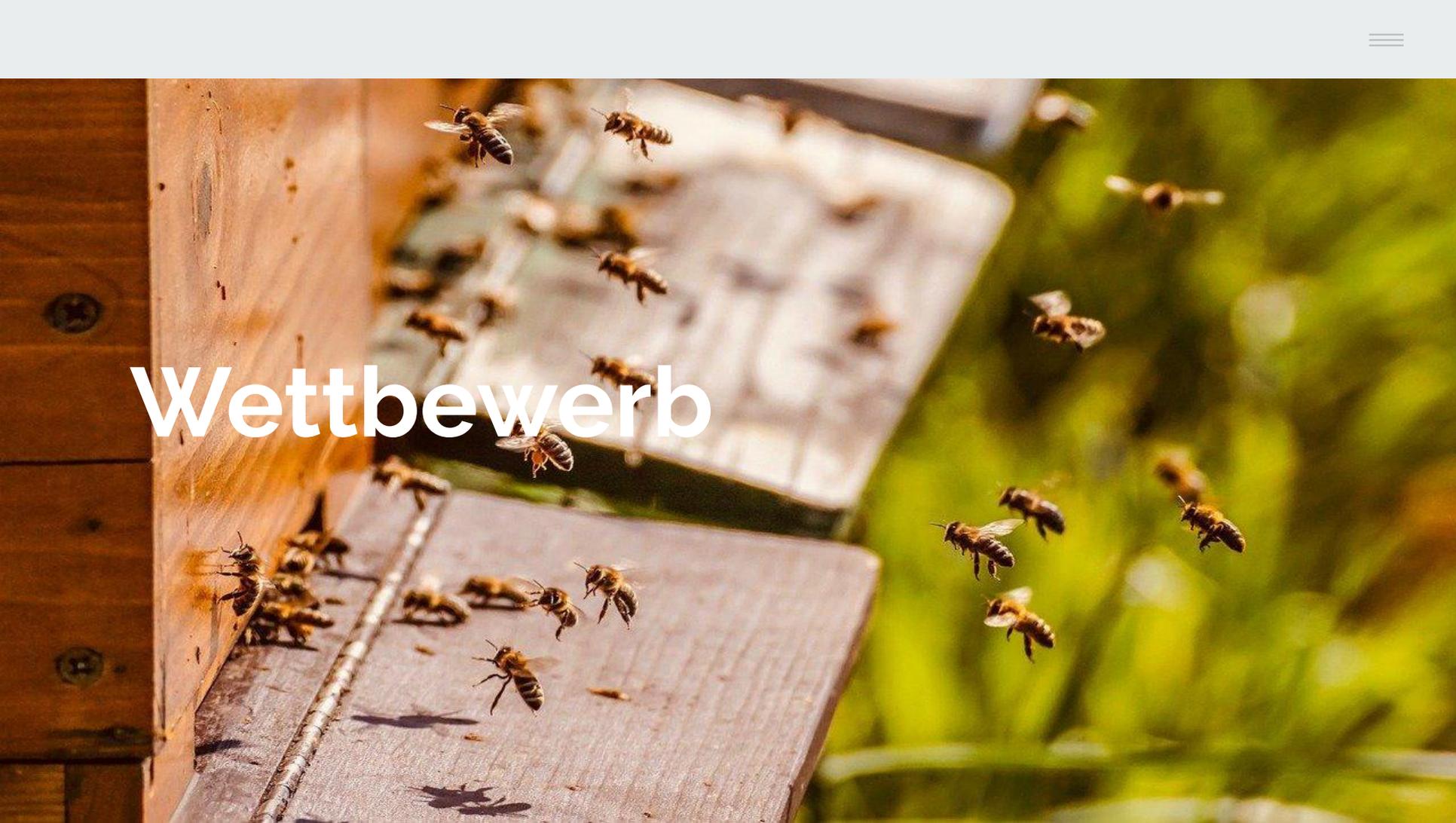
Instagram Profil

- aktiv seit April 2020
- 41 Follower, folgt 25
- 19 Beiträge, Engagement Rate 43.86%



Weiterer Content (u.a.)

- 4 Videos auf Youtube (kein eigenes Profil)
 - > Inhalte: Pitches & Interviews
- Presseartikel: Forbes Israel, SZ, AgFunderNews, ...
- Crunchbase Eintrag
- Casestudy Soracom (Network Provider)



Wettbewerb

Wettbewerb

Imker
als
Partner

BeeHero hat bereits
mehr Daten gesammelt,
als ApisProtect und
nectar zusammen.



In-Hive Sensors



All-smart hives



Pollination
Brokerage Services

Artificial Pollination



Zielgruppe: Imker

Zielgruppe: Farmer

direkte Vertragsabschlüsse ohne Broker
genmanipulierte Pflanzen (die nicht von Bestäubung abhängig sind)

Kleines Online Wettbewerbs-Audit

1

Pollination Brokerage Services sind ein noch verhältnismäßig analoges Business. Die Mehrheit hat keine Website, Social Media Kanäle stellen die Ausnahme dar. Vorhandene Websites sind gut gemacht.



2

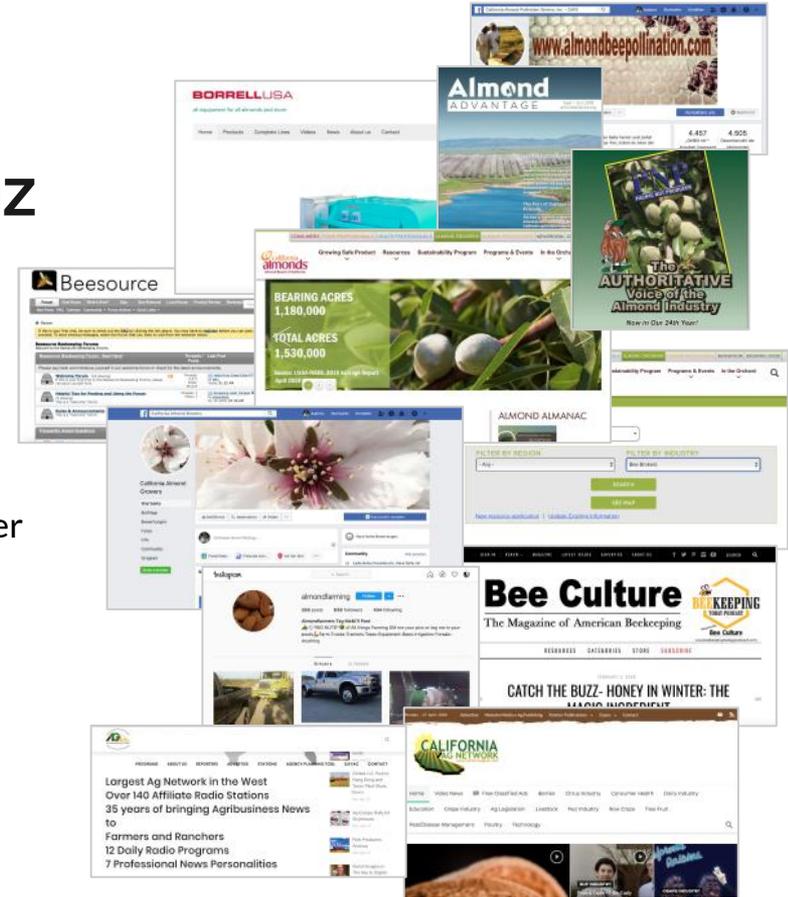
Start-Ups präsentieren sich modern und professionell mit Website und in verschiedenen Social Media Kanälen. Die Websites weisen mitunter visuelle sowie im Storytelling Ähnlichkeiten auf.

3

Content & Social Media - Bei den Start-Ups wird deutlich, dass der Content auch, oder zumindest zunächst, zur Ansprache von Investoren dient. Broker gehen inhaltlich eher auf Lösungen für Farmer und Beekeeper ein.

Aufmerksamkeitskonkurrenz

- Content von Pollination Service Brokern
- Websites und Social Media Kanäle zum Thema Bienen
- Beefluencer, Farmfluencer
- Branchen- und Fachmagazine, Ag Info Radio
- Branchenverbände und Kooperativen, Branchenregister
- Marktinformationen
- Social Media Kanäle & Gruppen für Mandel Farmer
- Foren und Blogs (von Farmern für Farmer)
- Andere AgTech Themen: z.B. Bewässerung
- Content zu landwirtschaftlichen Maschinen
- Content zu Schädlingsbekämpfung
- Conventions (Mandeln/Bienen/AgTech)





SWOT Analyse



Strengths

Technologie-USPs

- IOT Sensor
- Mobil Apps
- Daten
- Algorithmus

Businessmodell

- Hochspezial.
- Lean Orga

Lösung

- Hochwertiger
- Umfänglicher
- Ertragreicher

Weaknesses

Company

- Neu
- Unbekannt
- Website zu

verbessern, überall anpassen (Mobile, Tablettes u.s.w)

Marketing/Konzept

- Im Aufbau
- Teilw. unklar

Opportunities

Marktdiff-Potential

- Länder
- Pflanzenarten
- Insektarten

Geschäftsmodell

- Skalierbar
- Differenzierbar

Zusatzargumentation

- Naturschutz
- Welternährung
- Steigende Nachfrage

Threats

Marktrisiken

- Akzeptanz
- Seilschaften
- Konkurrenz
- Nachahmer

Technologierisiken und Technischerisiken

- Zugang
- Hacking

Naturrisiken

- Klimarisiken
- Bienesterben
- Gesundheitlichen (Pandemie)
- Natürliche Katastrophen

Zielgruppen



Zielgruppen

01 | FARMER MIT KLEINEREM EIGENBETRIEB



70% kleinere Familienbetriebe - meist über mehrere Generationen

- Altersschnitt: 30-45
- technikaffin, offen für Neuerungen
- über Online-Medien zu erreichen
- lieben ihr Land/ihre Bäume
- stark abhängig von effizienter Bestäubung



02 | FARM MANAGER IM GROSSBETRIEB



ca. 30% Großbetriebe - meist mit eigenem Weiterverarbeitungswerk und Vertrieb

- Altersschnitt: 45-55
- weniger "sentimental", rein effizienzorientiert
- offen für techn. Innovationen
- "grünes Image"





Personas



Mandelfarmer
Thomas Baker, 31



Farm Manager
Eric Stiller, 53

Mandelfarmer

Thomas, 31

Familienstand: verheiratet, bisher eine kleine Tochter, will weitere Kinder

Bildung: BY University Idaho
→ engineering, agriculture

Karriere: Farmer auf eigener Ranch (Familienbetrieb in 5. Generation)
→ Geflügel, Pferde, Mandeln

Ertragsfläche: 90 Hektar

Persönliches

- Familienmensch
- naturverbunden
- seine Bäume und Tiere liegen ihm am Herzen
- “Anpacker” → liebt es “mit den Händen zu arbeiten”
- stolz auf seinen Beruf/Lebensentwurf
- Disrespekt gegenüber Intellektuellen und Großstädtern
- sehr gesellig → gerne Budweiser mit Freunden
- religiös
- (verheiratet mit Pferdetrainerin)



Interessen

- Football (New England Patriots + Regionalteam)
- Landmaschinen → immer Up-to-Date

Needs

- ökonomisch
 - gute Erträge
- mental
 - Prestige → will Anerkennung für das, was er für die Gesellschaft leistet

Online-Medien

- SM: FB, Instagram, YT
- Online-Seiten von Fox-News, NBC, KTLA5, Lokalzeitungen, Agrarzeitschriften
- Agrar- und regionale Foren



Farm Manager

Eric, 53

Familienstand: verheiratet, 2 Kinder

Bildung: Central Texas College
→ Business Administration,
Management and Operations

Karriere: Farm Manager, derzeit bei
South Valley Farms

Ertragsfläche: 3.200 Hektar

Persönliches

- auf einer Farm aufgewachsen
- 5 Jahre Army-Service
- Patriot → liebt sein Land
- pflichtbewusst → erster der kommt , letzter der geht
- Analytiker → “data driven”
- will bei seinen Mitarbeitern beliebt sein (“einer von ihnen”), fordert gleichzeitig Respekt bis hin zu Gehorsam



Interessen

- liebt Brandy
- angeln
- Technik (Agrarsektor)

Needs

- ökonomisch
 - möglichst reibungslose Abläufe
 - höchstmögliche Erträge
 - “grünes” Image
- mental
 - Betrieb optimieren
→ “Fußspuren hinterlassen”

Online-Medien

- SM: FB, Instagram, LinkedIn
- Online-Seiten von Fox-News, NBC, Washington Post, Lokalzeitungen, Agrarzeitschriften
- Newsletter
- Whitepaper

Projektziele



SMART Ziele (specific, measurable, achievable, Relevant, Timely)



-Macro-Conversion: CR

-Vermittlung von 10.000 Bienenvölkern durch Pollination Service Verträgen mit kalifornischen Mandelfarmern bis zum 31.12.2020

-Micro-Conversion

-Generierung von 500-2000 Leads bis 30.11.2020 (Lead = Conversion eines Leads in einen "Prospect"/interessierten Kunden und Übergang zu 1:1 Marketing)

KPI



0
1

50.000 - 200.000
Impressions
CTR 1



500-2000 Leads
CR 10



0
3

50 - 200
Verträge/Contracts
(10.000 Bienenvölker)

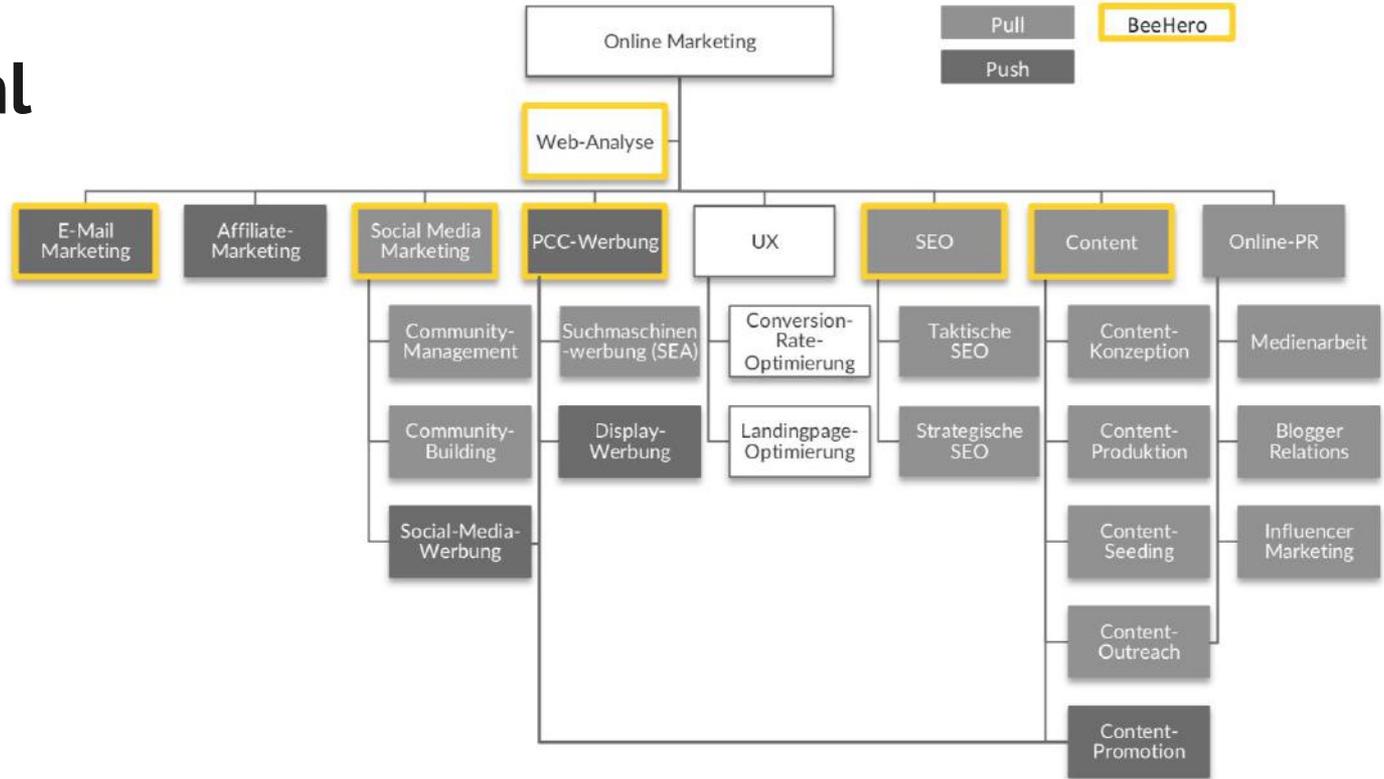


0
2

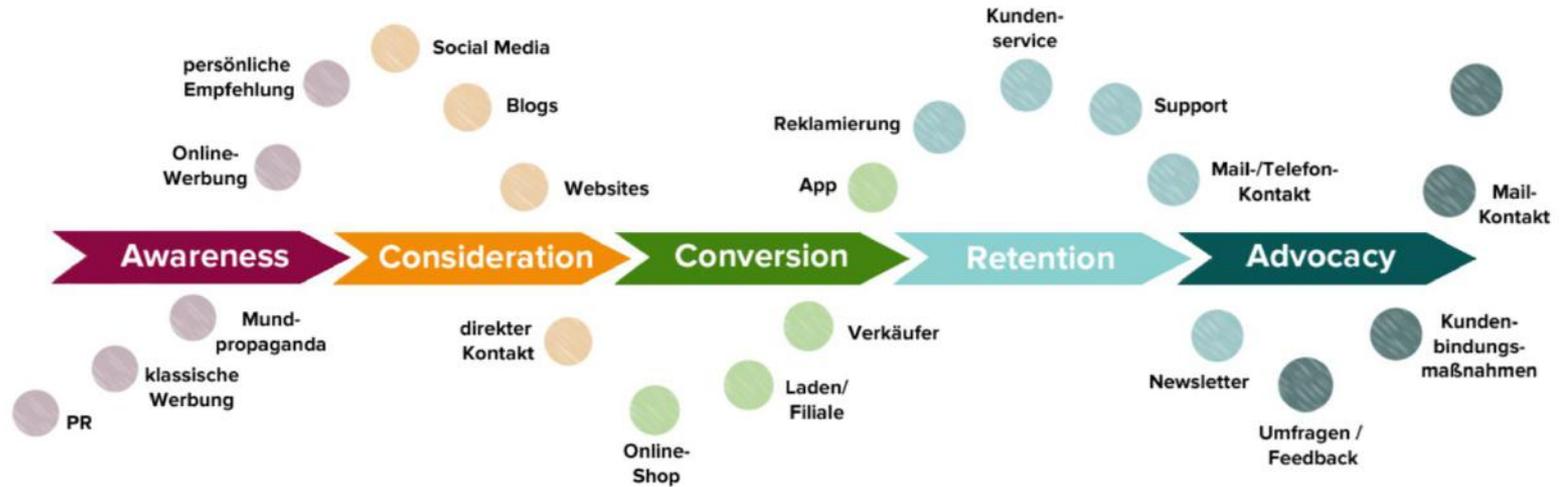
Instrumente

A close-up photograph of a beekeeper's gloved hand using a wooden tool to lift a honeycomb frame from a beehive. The frame is covered in bees, and the surrounding hive structure is visible. The word "Instrumente" is overlaid in white text on the left side of the image.

Auswahl



Customer Journey



AWARENESS (online werbung/google ads) CONSIDERATION (Social media fb insta youtube + website), CONVERSION (Onlineshop/website, Beehero sensor/app) RETANTION (mail kontakt, Newsletter kamp.)

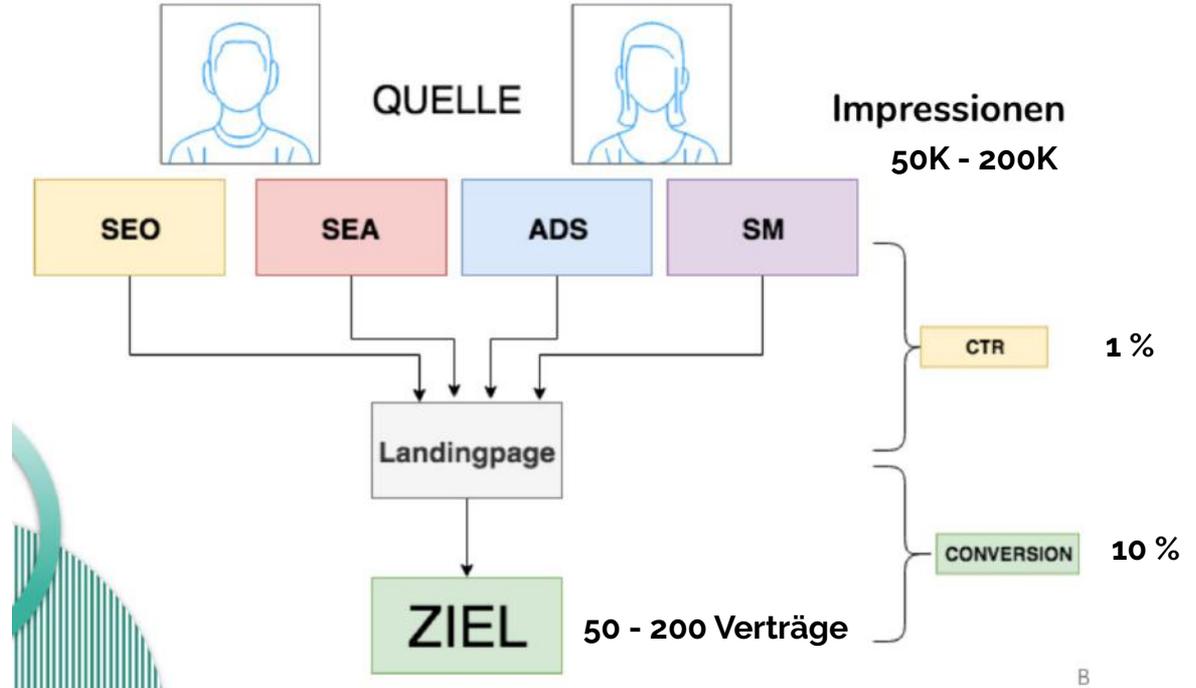
Funnel

TOFU: fb, insta, youtube, seo, ad words.
MOFU: Content (fb, insta) WebOpt (google analytics) BOFU: Email kamp newsletter, Optimierung fb und insta.



Struktur

SEO, ADS, SOCIAL MEDIA
(fb, insta, youtube) linked
to BEEHERO website

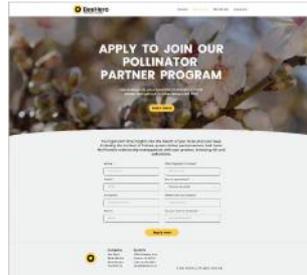
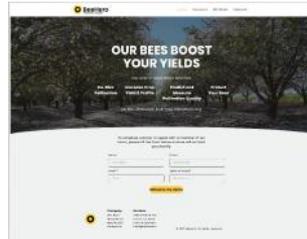
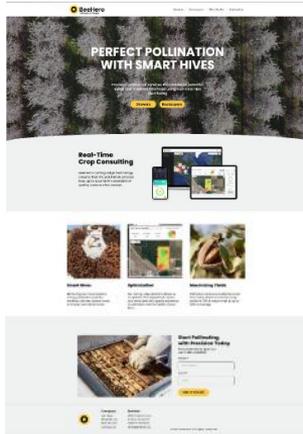


Maßnahmen





Website & Google Analyse



Bereiche Tools

- Server
- Domain
- Content
- Struktur
- Usability
- Coding
- SEO onpage
- SEO offpage



u.v.a.

Sämtliche Analyse- und Dokumentationsdateien zur Verwendung für BeeHero in Arbeitsordner auf Google Drive !



Website & Google Optimierungs-Tasks Tech



- 1domaincheck_beehero_allinkl.pdf
- domaincheck_almond-pollination_allinkl.pdf
- domaincheck_b-commerce_allinkl.pdf
- domaincheck_bee-commerce_allinkl.pdf
- domaincheck_beehive-app_allinkl.pdf
- domaincheck_beehive-monitoring_allinkl.pdf
- domaincheck_beehive-rental_allinkl.pdf
- domaincheck_beehive-sensor_allinkl.pdf
- domaincheck_beehive-watch_allinkl.pdf
- domaincheck_beekeeper-app_allinkl.pdf
- domaincheck_beekeepers-app_allinkl.pdf
- domaincheck_bee-pollination_allinkl.pdf
- domaincheck_beehero_allinkl.pdf
- domaincheck_bhere_allinkl.pdf
- domaincheck_pollination_allinkl.pdf
- domaincheck_pollination-app_allinkl.pdf
- domaincheck_pollination-service_allinkl.pdf
- domaincheck_precision-pollination_allinkl.pdf
- domaincheck_smart-pollination_allinkl.pdf

1. **Serverperformance = okay**
Für derzeitige Anwendung absolut ausreichend. Bei trafficintensivem Featureausbau überdenken.
2. **Operative Domain besser = .com**
Derzeit .io-Domain verwendet. Optimaler Registrierung US-TLD und .IO-Routing (Gridding, Google, US- Trust)
3. **Strategische Domains frühzeitig sichern**
Potentialmärkte digital und urheberrechtlich besetzen, Konkurrenzabwehr (Soundlike, Main-KW, D-Grabber ,TLD-Sicherheitsringe) vermeiden Zeit, Kosten, Kunden-Irritationen und Rechtsstreitigkeiten im Vorfeld.

- **Server**
- **Domain**
 - **operativ**
 - **strategisch**
- **Content**
- **Struktur**
- **Usability**
- **Coding**
- **SEO onpage**
- **SEO offpage**



Website & Google Optimierungs-Tasks Content

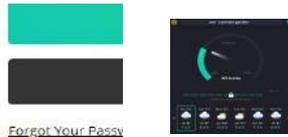


1. **Site User-Sicht = First Responder only**
 - Strategie: Schnelle Kontakt Conversion in 1:1 klassisch
 - USP, Idee, Komponenten konkret/besser transportieren
 - Um Mehrwert schaffende interessante Inhalte ergänzen
 2. **Site Suma-Sicht = quasi unsichtbar**
 - nur Short- und Buzzwording (und das primär H-Tags)
 - fehlt an crawlbarem relevanten Textfleisch für Suma
 - organisches SEO auf Textbasis max. eingeschränkt
 - Sichtbarkeitsindex = 0
- => Texte zu Konzept, Lösung, Technologie, Nutzen und USP ausführlich, zielgruppengerecht emotionalisierend ausbauen.
- => Added-Value Sites wie Case Studies, Glossar, Statistics, Proofs, Testimonials, Printdownloads implementieren
- => Social-Media Links im Footer einfügen

- Server
- Domain
- **Content**
- **-Mensch**
- **-Suchmaschine**
- Struktur
- Usability
- Coding
- SEO onpage
- SEO offpage



Website & Google Optimierungs-Tasks Struktur

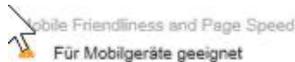


1. **Startseite umbauen auf "Solution"**
 - Realitätskonforme Positionierung als "Smart Pollination Solution" und Service-Wording in Grower-Bereich
 - Dezierte Erläuterung und Visualisierung des Gesamtkonzeptes, der Komponenten und USP's gem. Präsentations-Slide "Lösung".
 - Umbenennen Seite Who We Are in "Company"
2. **Zusatzseite einbauen "Technology"**
 - Dezierte Erläuterung und Visualisierung der Technologiebestandteile (Hardware, Apps, Algorithmus, Daten), deren Funktionsweise, Nutzen und Bedienung.
 - Bislang verstecktes "Farmmodul" direkt einbinden
3. **Zusatzseiten einbauen "X-Content"**
 - Added-Value Sites gem. Tasks Contentmarketing einbauen

- Server
- Domain
- Content
- Struktur
 - Startseite
 - Zusatzseiten
 - Technology
 - Added-Value Sites
- Usability
- Coding
- SEO onpage
- SEO offpage



Website & Google Optimierungs-Tasks Usability



1. Seiten Accessibility = okay

- URL-Weiche und Canonical-Links korrekt gesetzt
- Index/Follow + NoIndex/-follow-Links korrekt gesetzt
- Site in allen relevanten Bereichen crawlbar

2. Seitenladezeiten > 3 Sekunden

- Video und Fotodateien komprimieren
- Seiten-Programmierung Code optimieren

3. Seite nicht "Mobilgeräte" tauglich

- Video und Foto zu groß -> adäquat optimieren
- Multi-Device-Aufbau überdenken, Full-Responsive Coding / Technology (z.B. Flexgrid) einsetzen
- Abstand der Navigationsbuttons erhöhen
- Headerscrolling / Scrollbars eliminieren

- Server
- Domain
- Content
- Struktur
- Usability
- Accessibility
- Pagespeed
- Mobile Device
- Coding
- SEO onpage
- SEO offpage



Website & Google Optimierungs-Tasks Coding



Eigene Website erstellen und professionell durchstarten

Erstmalig erstellen



1. Codetechnische Umsetzung fehlerhaft
 - W3C html-Konformität > 1000 Fehler
 - W3C CSS-Konformität > 1000 Fehler

=>

 - Google schätzt sauberen und strukturierten Code
 - Jeder Dritte, der an der Site zu arbeiten hat ebenfalls
2. Handcoding vs. DIY-Generator Wix
 - Bei individueller Miniseite mit < 10 Unterseiten besser (geringfügige) Investition in professionellen Coder.
 - Spätere dynamisch Elemente und Features besser über Scripteinbindung lösen.
 - Löst gleichzeitig Device-Grid und Speed Probleme

- Server
- Domain
- Content
- Struktur
- Usability
- Coding
 - W3C html
 - W3C css
- SEO onpage
- SEO offpage



Website & Google Optimierungs-Tasks SEO KW's

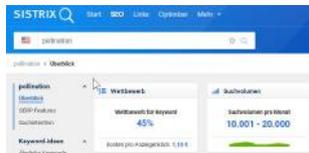


1. US-Suchanfragen pro Monat:

-“Pollination” = 10-20K

-“Pollination Service” = 0

-“Sprachraum-KW's” = 0



=> -Überwiegendes SA-Volumen andere Suchintentionen
- Hauptkeyword ohne SA-Volumen
- Sprachraum und Umfeldkeywords ohne SA-Volumen



=> -Organisches SEO wenig aussichtsreich und sinnvoll
-Technisch saubere Basis unterstützt jedoch M-Tasks
- Regionales Potential via googleAds und myBusiness

- Server
-
- Coding
- SEO onpage
- Keywords
- Meta's
- Tags
- Strukturierte Daten
- SEO offpage

Anmk: - Recherchebasis = nur eingeschränkte kostenfreie Tools
- Kein Zugang google Analytics-Account und Live-Daten



Website & Google Optimierungs-Tasks SEO Meta's

1. Meta-KW (Ableitung Ist-Content)

https://www.beehero.io/	1	Precision Pollination Solution
https://www.beehero.io/growers	1	Precision Pollination Service
https://www.beehero.io/beekeepers	1	Beekeeper Partner Program
https://www.beehero.io/who-we-are	1	BeeHero Profile
https://www.beehero.io/contact-us	1	BeeHero Contact

- Server
-
- Coding
- SEO onpage
- Keywords
- Meta's
- Tags
- Strukturierte Daten
- SEO offpage

2. Meta-Title (Ableitung Ist-Content)

https://www.beehero.io/	1	Precision Pollination Solution BeeHero Solution & Service Overview	60
https://www.beehero.io/growers	1	Precision Pollination Services BeeHero 4 Growers	61
https://www.beehero.io/beekeepers	1	Pollinator Partner Program BeeHero 4 Beekeepers	63
https://www.beehero.io/who-we-are	1	Company Profile BeeHero Team & Approach & Mindset	61
https://www.beehero.io/contact-us	1	Company Contact BeeHero Address & Phone & E-Mail & Social Media	59

3. Meta-Desc (Ableitung Ist-Content)

https://www.beehero.io/	1	BeeHero 4 precision pollination! Bee rental & hive-tech, online-apps & real-time data such as professional full service from a single source. Get in touch now!	158
https://www.beehero.io/growers	1	BeeHero 4 growers! Boost your yields & profits. Ensure & de-risk pollination cycle. Predict, measure & real-time watch pollination quality. Schedule demo now!	158
https://www.beehero.io/beekeepers	1	BeeHero 4 beekeepers! Full-service bee brokerage, free hive-technology, real-time data, deep insights into bee's health & behaviour. Join partner program now!	158
https://www.beehero.io/who-we-are	1	BeeHero 4 future! More efficient agrobusiness, natural reserve & landscape protection, feeding the world in one smart idea. Be part of the bee-volution!	159
https://www.beehero.io/contact-us	1	BeeHero 4 you! Growers, beekeepers, nature lovers & all interested welcome. Feel free to get in touch with our team, technology & partners. Simply contact now!	159



Website & Google Optimierungs-Tasks SEO Tags

PERFECT POLLINATION
WITH SMART HIVES

De-Risk
Pollination

Precision pollination services that maximize potential yield
and minimize overhead using real-time hive monitoring



```
<a href="http://example.com">Linktext</a>
```

1. Text-Auszeichnung H1-H3 Tags fehlen
 - Hauptüberschriften h1 taggen (all sites)
 - Argument-Blöcke h2 taggen (all sites)
 - Teaser-Sätze h3 taggen (allsites)
2. Bilder-Titel und alt-Tags fehlen
 - Alle Bilder tragen kryptische Namen (z.B. 11.97.jpg) und müssen daher aussagekräftig betitelt und für den Fall der Nichtanzeige mit "Alternativ-Text" benannt werden.
3. Link-Auszeichnung href-Tags fehlen
 - Allen internen Links fehlen die >Linktext-Angaben< und müssen aussagekräftig nachgetragen werden.

- Server
-
- Coding
- SEO onpage
 - Keywords
 - Meta's
 - Tags
 - H1-H3 Tags
 - Images
 - Linktexte
 - Strukturierte Daten
- SEO offpage



Website & Google Optimierungs-Tasks SEO sDaten

JSON-LD

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Organization",
  "url": "http://www.example.com",
  "name": "Unlimited Ball Bearings Corp.",
  "contactPoint": {
    "@type": "ContactPoint",
    "telephone": "+1-801-555-1212",
    "contactType": "Customer service"
  }
}
</script>
```



1. Einarbeitung "strukturierter Daten"
 - Ergänzung des Websitequellcodes mit Mikrodaten, Mikroformaten wie z.B. VCard und ggf. RDFa's.
 - Aufbau von Rich-Snippets Homepage, Growers, Beekeepers, Company, Contact

BeeHero
The Smart Pollination Solution - Bee rental & hive-tech, online-apps & real-time data plus professional full service from a single source.

BeeHero 4 Growers
Boost your yields & profits. Ensure & de-risk pollination cycle. Predict, measure & real-time watch pollination quality.

BeeHero 4 Beekeepers
Full-service bee brokerage, free hive-technology, real-time data, deep insights into bee's health & behaviour.

BeeHero Approach
More efficient agrobusiness, natural reserve & landscape protection, feeding the world in one smart idea.

Contact
Growers, beekeepers, nature lovers & all interested welcom. Feel free to get in touch with our team, technology & partners.

- Server
- ...
- Coding
- SEO onpage
 - Keywords
 - Meta's
 - Tags
 - Strukturierte Daten
- SEO offpage



Website & Google Optimierungs-Tasks SEO Offpage



1. Erstellung und Upload Sitemap (google)



2. Anmeldung Verzeichnisse & Kataloge



-Manuelle Anmeldung in "guten" und möglichst handgepflegten Webkatalogen und Verzeichnissen (z.B. 2wid.net, worldcat, dmoz, u.ä).



- Einträge in behördliche, institutionelle und branchenrelevante "Verzeichnisse" und Kontaktlisten.

- Recherche entsprechender Zielgruppen und Themen relevanten Kataloge und Verzeichnisse

3. Ausbau des Backlink-Netzwerk

-Bislang 135 eingehende Links (teilweise potent)

-Proaktives Sammeln von potenten Backlinks durch Maßnahmen wie Link-, Egobaiting und Offpage-Content (z.B. Wikipedia, PR, SM-Profile, Gastbeiträge) sowie Live-Data Sideprojects, u.ä.



- Server
-
- Coding
- SEO onpage
- SEO offpage
- Sitemap
- Verzeichnisse
- Linkbuilding
- Google MyBusiness



Website & Google Optimierungs-Tasks SEO MyBusiness



Google My Business

1. Einrichtung und Aufbau "Lokal-Search"

- MyBusiness verifiziert anmelden (Tel / Post)
- Korrekte und einheitliche NAP Daten verwenden
- BeeHero + Extension "Precision Pollination Solution"
- Zuordnung primärer + sekundärer Kategorien
- Angabe lokaler Telefonnummer
- Hinterlegen interessanter Bilder (Rotation! / A-B-Test)
- Verlinkung in Google-Maps (statt Kartenanzeige)

- Ggf. regionales Spezialmarketing mit "white spark tool"

- Server
-
- Coding
- SEO onpage
- SEO offpage
- Sitemap
- Verzeichnisse
- Linkbuilding
- Google MyBusiness

whitespark

GoogleAds Kampagnen

1. Basiskampagne "Awareness Company"
 - Ziel Homepage Klicks
 - Sitelinks: solution-technology-grower-beekeeper
 2. Technology-Kampagne "Tech-Info"
 - Ziel Technology-Page Klicks
 - Sitelinks: beehive sensor - apps - livedata - ki-algorithm
 3. Grower-Kampagne "Leadgenerierung"
 - Ziel Grower-Page Klicks
 - Sitelinks: bee broker - settlement - deployment - data
 4. Imker-Kampagne "Partnerprogramm"
 - Ziel Beekeeper-Page Klicks
 - Sitelinks: bee monitor live - health - activity - location
- => - Einsatz google Ads Zusatzerweiterungen

Neue Textanzeige

Finale URL
<https://beehero.io>

Anzeigentitel 1
The Smart Pollination People

Weniger Zeichen eingeben

Anzeigentitel 2
Precision Pollination Service

Weniger Zeichen eingeben

Anzeigentitel 3

Angezeigter Pfad ⓘ
www.beehero.io / Pfad 1 / Pfad 2

Textzeile 1 0/15 0/15
The Smartest Way of Pollination - Bees, Tech, Data, Service! Get in touch now!

Textzeile 2
Bee rental, hive-tech, online-apps, real-time data, full service! Get in touch now!

URL-Optionen für Anzeigen

Desktop

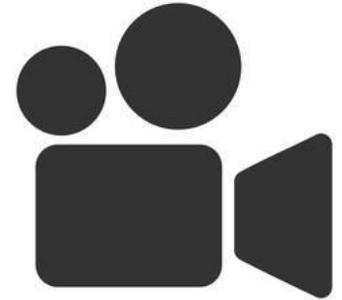
The Smart Pollination People | Precision Pollination Service

[Anzeige](#) www.beehero.io

The Smartest Way of Pollination - Bees, Tech, Data, Service! Get in touch now! Bee rental, hive-tech, online-apps, real-time data, full service! Get in touch now!



Videomarketing



- Zielgruppe: Persona 1 & 2
- Ziel: Awareness, Aufklärung, Positionierung
- Inhalte:
 - Erklärvideos: Was gehört zur Lösung? Wie funktioniert die Technologie? Wie funktioniert der Service?
 - Imagevideos: Warum sind wir besser als andere? Auslobung Benefits. Darstellung USP.
 - Infovideos: Bee Awareness
 - Testimonials (Mandel Farmer und Imker)
- Content Seeding: Facebook und Instagram, Google Video Suche, Website, Newsletter

Facebook

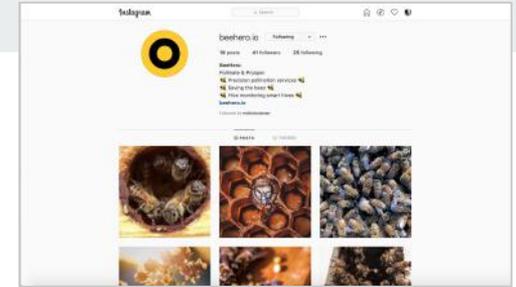


- Zielgruppe: Persona 1 & 2
- Ziel: Community Aufbau, Engagement, Website Traffic
- Facebook Page:
 - Optimierung, Chatbot
- Facebook Ads
 - Ziel 1 Community Aufbau > Reichweite
 - Ziel 2 Website Traffic generieren
- Facebook Gruppen
 - Identifizieren und aktiv Teilnehmen
- Beiträge (Ratio nativ/link 2:1):
 - Fotos von bestehenden Kunden
 - Testimonials (Mandel Farmer und Imker)
 - Technologie im Einsatz
 - Realtime/on the scene pollination process
 - Videos



Instagram

- Zielgruppe: Persona 1 & 2
- Ziel: Community Aufbau, Engagement, Website Traffic
- Instagram Profil:
 - seit April 2020 / hohe Engagement Rate
- Hashtags: ca. 25



- Beiträge:
 - Bilder
 - Karussells (z.B. Infografiken, Statistiken)
 - Instagram Stories
 - IGTV
 - Reposts von Beeinfluencern und Farmfluencern

E-Mail / Newsletter Kampagne



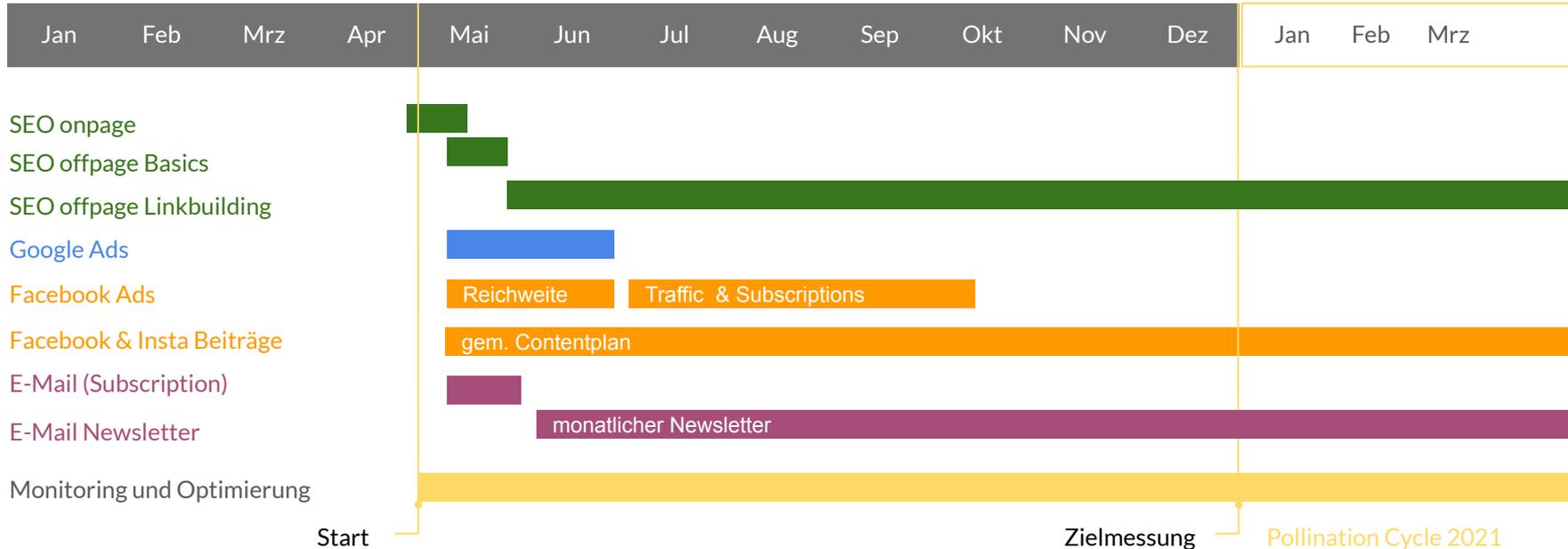
- Zielgruppe: Persona 1 & 2 > differenzierte Ansprache und Inhalte
- Ziel: 1. Newsletter Subscriptions, 2. Conversion
- Frequenz: monatlich
- Inhalte:
 - Content (analog zu SoMe Content)
 - Videos (analog zu Videomarketing)
 - Rabatt bei vorzeitiger Vertragsunterzeichnung
 - Casestudies / Statistiken / Testimonials
 - CTA



Zeit- & Budgetplan



Kampagnenplan 2020





Budget

6.000

Website und Google
Analyse & Optimierung

zzgl.
Zusatzwebseiten Entwicklung
Monitoring+Nachsteuerungskosten
nach Bedarf und Aufwand
(45MT á 1200 Euro)

pro Monat max.

1.500

Budget Google Ads & Social Media Ads

(50 Euro pro Tag für alle Channels)

2.000

Content Produktion

(6 x 300 Euro + Bildrechte etc.)

unbezahlbar ;)

Konzept von 5 BTA Profis

Personalkosten Marketing Manager: BeeHero intern



Vielen Dank.

Habt ihr Fragen?

