

Checkliste: Online Marketing für Galerien



1. Legen Sie Ihre Ziele fest.

Wollen Sie:

- Mehr Personen für Ihre Galeriewebsite interessieren oder neue Sammler ansprechen?
- Ihre Künstler bekannter machen?
- Mehr Kunst verkaufen?
- Bestehende Kunden und Sammler mobilisieren?

Wenn es Ihnen schwer fällt Ihr Ziel zu finden, können Sie sich folgende Fragen stellen:

- Haben Sie nur wenige Besucher auf Ihrer Website, obwohl Sie eine tolle Seite haben und darüber schon Kontakte und Verkäufe bekommen haben?
- Haben Sie viele aufstrebende aber noch unbekannte Künstler im Programm?
- Haben Sie viele Kunden, die nur ein oder zwei Mal bei Ihnen gekauft haben und dann nicht mehr wiedergekommen sind?
- Haben Sie Ihr Programm thematisch erweitert und suchen jetzt nach neuen Sammlern?

2: Finden Sie Ihre Zielgruppe

- Wo finde ich meine Zielgruppe?
Sind Sie viel auf Messen und Ausstellungen unterwegs oder suchen Sie lieber online nach neuer Kunst?
- Welche Medien und Social Media Kanäle nutzen sie?
Nutzen Sie die Kanäle, auf denen Sie Ihre Zielgruppe finden.
- Wo wohnen sie?
Sie verkaufen regionale Künstler an regionale Sammler? Dann ist Ihre Zielgruppe eher in Ihrem Bundesland zu Hause.
- Wie alt sind sie im Durchschnitt?
Welche Künstler und Themen könnten diese Altersgruppe interessieren?
- Welche Interessen haben sie?
Nutzen Sie die Interessen Ihrer Zielgruppe, um in ihren bevorzugten Medien Werbung zu schalten oder um eine Gruppe für Facebook-Anzeigen zu definieren.

3: Optimieren Sie Ihre Website



- Sie bieten interessante, aktuelle und relevante Informationen über Ihre Galerie, Künstler und Veranstaltungen.
- Sie verwenden gute und hochauflösende Bilder. Ideal sind Bildmaße zwischen 1000-3000 Pixel.
- Sie haben relevante Links eingebaut (auf Künstlerwebsites, Online-Shops, Ihre Social Media Profile, etc.). Achten Sie darauf, auch im Link-Text Ihre Schlüsselwörter zu benutzen: *"Erfahren Sie mehr über die Ausstellungseröffnung von Künstlernamen"*.
- Sie verwenden relevante Schlüsselwörter in Ihren Texten (*Ihr Galerienamen, die Namen Ihrer wichtigsten Künstler und Stichworte zu Ihrem Galerieprogramm*).
- Ihre Website kann auch problemlos über Smartphones und Tablets angesehen werden ([Responsive Websites](#)).

4: Versenden Sie Newsletter

- Sie bieten Ihren Interessenten ein relevantes und interessantes Thema.
- Ihre Betreffzeile regt zum Öffnen an und nennt einen Nutzen für die Leser. Eine gute Betreffzeile hat max. 50 Zeichen, damit Sie vollständig angezeigt wird.
- Sie sprechen Ihre Leser so persönlich wie möglich an.
- Sie haben Links zu weiterführenden Informationen eingebaut: zu Ihrer Website, Ihren Künstlern, Ausstellungen oder Facebook-Veranstaltungen. Auch Ihre Social Media Kanäle können Sie in Ihren Newslettern verlinken.
- Sie beobachten und analysieren die Öffnungs- und Klickzahlen Ihrer versendeten Newsletter.

5: Nutzen Sie Social Media

- Sie haben sich ein eigenes Profil erstellt, auf dem Sie Ihre Neuigkeiten verbreiten.
 - z.B. Ausstellungen, Messeteilnahmen, Auszeichnungen und Preise Ihrer Künstler, Artikel in denen Sie interviewt wurden, neue Kunstwerke und Künstler, etc.
- Sie nutzen verschiedene Beitragsoptionen.
- Sie verlinken mit *@Name* auf Ihre Künstler, Medien oder andere relevante Personen und nutzen relevante Hashtags (z.B. *#ArtFair, #ContemporaryArt, #painting, #sculpture* oder *#Basel*) um mehr Leute zu erreichen.
- Sie erstellen Facebook-Veranstaltungen, z.B. für Ausstellungen.
- Sie nutzen Facebook-Werbung und Retargeting-Kampagnen von Facebook.
 - Bewerben können Sie z.B. Ausstellungen, Sonderangebote und neue Kunstwerke.

Weitere Tipps für Galerien und Künstler finden Sie auf unserem [Blog](#)