International Premium Services internetmarketing

Internetmarketing für kleine Unternehmen

International Premium Services AG, Wettingen
Telefon +41 56 426 54 30
www.i-p-s.ch

Inhalt

Vorwort 3
Rückblick 4
10 Goldene Regeln für den Erfolg im Internetmarketing 5
Marketinggrundlagen 6
Webseite 8
Landingpage 9
Exkurs Wordpress 10
Newsletter und E-Mail 11
Unternehmensstrategie 12
Innenmarketing 12
Google und Bingeintrag 13
Bewertungen 14
Einträge in Verzeichnisse 15
Suchmaschinenwerbung 16
Facebook 17
Google+ 18
Youtube 19
Twitter 19
Instagram 20
Blogs 20
VoiP 20
Linked In 21
XING 21
Checkliste Marketing 22
Checkliste Werbung 22
Checkliste Webseitenaufbau 23
Checkliste Adwordswerbung 23
Checkliste Datenschutz 24
Impressum 24

Vorwort

Das Internet hat sich durchgesetzt. Es ist für viele Menschen die bevorzugte Informationsquelle, es wir mit Internet kommuniziert und es werden Geschäfte abgewickelt. Während wir in unserer anderen Broschüre zum Thema Webseite und soziale Medien referiert haben, geht es hier um das Marketing und die Verbreitung der Inhalte.

Die beste Webseite, die interessantesten Beiträge in den sozialen Medien bewirken wenig, wenn diese nicht gelesen werden. Für den Kleinunternehmer kommt es darauf an, Internetmarketing profitabel zu gestalten. Er hat die Flexibilität um rasch zu agieren und er hat seine Persönlichkeit. Damit kann er im Wettbewerb mit grösseren Unternehmen und Ladenketten bestehen.

Unsere Broschüre geht auf die Grundlagen vom Marketing ein. Diese sind nach wie vor Bestandteil jeder Strategie. Bei Kleinunternehmen ist die Persönlichkeit des Unternehmers wichtig, sein Einsatz für das Unternehmen und das Verhältnis mit Mitarbeitern, Verbänden, Kunden, Lieferanten, Wettbewerbern, etc. Diese sind getragen von Werten. Wenn dies alles stimmig ist, kann ein erfolgreiches Innenmarketing mit Weiterverbreitung aufgebaut werden.

Dieser Aufbau kostet vor allem Zeit, Lernbereitschaft und Offenheit sowie eine Philosophie des Teilens. Wenn dies geschickt gemacht wird, erreicht man viele kostenlose Kontakte. Doch bezahlte Kontakte lohnen sich ebenso, mit Facebook kann die Zielgruppe mit wenigen Streuverlusten angesprochen werden, Suchwerbung bei Google bringt Kunden mit Interesse auf die Seite.

Immer mehr muss es Ziel sein, Emotionen zu wecken. Dafür sind Fotos, Kundenstimmen, virtuelle Rundgänge und Videos ideale Medien. Diese zu erstellen wird immer einfacher und damit günstiger, der Einsatz sollte wohl überlegt sein.

Dennoch Internetmarketing ist kein Allheilmittel. Es ist Teil des Marketingmixes. Grundsätzlich sind möglichst viele Kontakte mit Kunden über Internet sehr günstig, ein schönes Werbegeschenk kann aber sich noch mehr ins Unterbewusstsein einschleichen. Der Austausch mit Kollegen oder Marketingspezialisten kann Sie auf viele Ideen bringen, der Erfolg liegt in der geschickten Kombination aller Mittel. Gerade hier können Kleinunternehmer viel erreichen.

IPS-Internetmarketing deckt zwei Bereiche ab, in der Region Baden, die Marketingarbeit mit Kleinunternehmen und international mit Internet Tourismusmarketing. Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldung.

Wettingen, 14. Juli 2015

Rückblick

Das Internet hat sich als Kommunikations- und Informationsmittel durchgesetzt. Wir schreiben heute mehr E-Mails als Briefe. Unsere Verbindungen mit Freunden pflegen wir mit Facebook . Wenn wir etwas suchen, fragen wir Google. Zu allen gibt es viele Werkzeuge, Optimierungsmöglichkeiten und Alternativen. Die Kommunikation hat sich vervielfacht, die Qualität oft verschlechtert. Mit der Information ist es genauso, wir haben alle Informationen der Welt, finden diese auch und die Entscheidungen werden dadurch schwieriger, aber nicht unbedingt besser.

Nur wenige konnten sich vorstellen, dass alles so schnell geht. Viele Branchen wurden von der Entwicklung überrollt und umgekrempelt. Im Zuge des Internet sind Weltkonzerne entstanden, die ein Vielfaches des Börsenwertes von traditionellen Unternehmen haben und dies mit wesentlich weniger Mitarbeitern.

Ich erinnere mich an die Zeit als Student vor über 20 Jahren, es ist eine Sensation gewesen, ein Stelleninserat im Internet zu finden und sich darauf zu bewerben oder die ersten Schritte mit E-Mail und Austausch von Informationen. Meine Diplomarbeit über den Investitionsstandort Tatarstan habe ich gleich ins Internet gestellt und zehn Jahre später irgendwo wieder gefunden. Heute wird dies schwierig sein, denn mittlerweile gibt es eine Unmenge von Webseiten und Informationen.

Als ich im Jahr 2000 mein Reisebüro GUSReisen ins Internet brachte, genügten spärliche Informationen, um Kunden zu finden. Viele Kunden waren froh, einen Spezialisten gefunden zu haben. Heute sind Reisende besser informiert als Reisebüromitarbeiter, die Welt lässt sich mit Google Earth betrachten und zu allen Reisezielen gibt es vielerlei Informationen.

Das Smartphone ist erst wenige Jahre alt und doch hat es innert kürzester Zeit das Verhalten der Menschen verändert. Im Zug facebooken die Leute oder nutzen die praktische Möglichkeit Musik zu hören. Die Musik z.B. wird heute zu 90% aus dem Internet herunter geladen, CDs, nur 20 Jahren älter, sind immer mehr eine Rarität.

Heute kann sich jeder im Internet einbringen. Er kann Erfahrungen mit Freunden austauschen, Bewertungen schreiben und Kommentare abgeben. Die Interaktion wird mit den Smartphones weiter zu nehmen. Die eingebaute Kamera und das Mikrofon sind qualitativ gut, viele Apps nutzen die Funktionen. In vielen Ländern sind Smartphones verbreiterter als Computer und die meisten Internetseiten passten sich innert kürzester Zeit an. Spracherkennung erspart das Tippen, Produkte können heute fotografiert, eingelesen und verglichen werden. Der Kleinunternehmer muss sich der Herausforderung stellen und sich mit der Thematik beschäftigen. Es gibt viele Geschäftsmöglichkeiten mit Internet, welche ist die richtige, wo lohnt es sich zu investieren? Bisher wurde in Portale und Apps investiert, heute braucht es eine Strategie.

10 Goldene Regeln

für den Erfolg im Internet

1. Fragen Sie sich, warum Sie als Unternehmer aktiv sind. Setzen Sie sich Ziele. Diese Ziele können mit Internetmarketing geprüft werden.
2. Definieren Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen, suchen Sie Ihre Einzigartigkeit. Produkte und Dienstleistungen mit dem höchsten Ertrag können gezielt beworben werden.
3. Wer sind Ihre Kunden, wie internetaffin sind diese? Hören Sie nicht auf Vorurteile, dass z.B. niemand Facebook nutzt oder Senioren kein Internet verstehen. Weisen Sie immer wieder auf Ihren Internetauftritt hin.
4. Findet der Kunde auf Ihrer Webseite schnell Ihre Informationen? Lassen Sie die Webseite von Bekannten kritisch analysieren. Wenn Sie gut im Internet gefunden werden, gehen Sie vorsichtig mit Änderungen um.
5. Beschäftigen Sie sich mit sozialen Medien, überlegen Sie sich, welche für Ihr Geschäft wichtig ist. Wenn Sie mit sozialen Medien beginnen, denken Sie daran, es kann sehr arbeitsintensiv sein. Soziale Medien können bei schlechter Pflege geschäftliche Nachteile bringen.
6. Generieren Sie individuelle Inhalte, duplizieren Sie nicht. Suchmaschinen strafen doppelte Inhalte ab und Benutzer wollen nicht immer das gleiche lesen.
7. Nutzen Sie die lokalen Möglichkeiten, werben Sie im Internet lokal, verknüpfen Sie sich mit Ihren Nachbarn und schaffen Sie gemeinsam Erlebnisse für den Kunden. Bringen Sie den Kunden ins Geschäft.
8. Schaffen Sie visuelle Elemente und bleiben Sie aktuell, Bilder, noch lieber Kurzvideos mit Menschen sind interessant. Passen Sie auf, dass Sie Ihre Neuigkeiten auf der Webseite aktuell sind.
9. Bringen Sie Ihre Persönlichkeit im Internet zum Ausdruck und schützen Sie Ihre Privatsphäre, Sie müssen zu Ihren Unternehmen stehen und sollten dennoch Ihr Privatleben pflegen.
10. Nutzen Sie Innenmarketing und lernen Sie täglich dazu, sprechen Sie andere Menschen auf Ihre Erfahrungen an.

Marketinggrundlagen

Marketing beschäftigt sich grundlegend mit dem Produkt und der Kommunikation mit den Kunden. In der Literatur wird von den vier Ps (Produkt, Preise, Platzierung und Promotion) gesprochen. Damit bestehen viele Möglichkeiten sich vom Wettbewerb abzuheben.

Das Produkt kann unterschiedlich gestaltet werden, z.B. verschiedene Dienstleistungspakete, auch beim Preis gibt es Varianten von Serviceleistungen oder Boni, bei der Platzierung kann direkt an den Endkunden oder über Zwischenhändler verkaufen, die Promotionsmöglichkeiten sind sehr vielfältig. Alle diese vier Marketingbestandteile müssen analysiert werden und das klassische Internetmarketing setzt auf folgendes Vorgehen:

Zielgruppe

Ein Kleinunternehmer muss sich besonders Gedanken um die Zielgruppe machen. Er kann es sich nicht leisten die Gesamtbevölkerung anzusprechen und wird oft einen lokalen Bezug haben. Jugendliche, Familien und Senioren wollen jeweils anders angesprochen werden. Bei der Zielgruppeanalyse kann neben den klassischen Eigenschaften (Alter, Geschlecht, Wohnort) das Verhalten und die Themen eingebaut werden, Internetmarketing bietet hier hervorragende Möglichkeiten zur Selektion. Bei unseren Reiseportal *http://porzellanreisen.de* sprechen wir z.B. Leute im Alter von 45+, mehr als 300 km von Selb entfernt und mit einer Affinität zum Sammeln an. Dadurch kann das Zielpublikum kostengünstig erreicht werden.

Botschaft

Es ist klar, dass das Produkt oder die Dienstleistung beworben werden soll, doch wie machen wir das am besten. Verwenden wir Text (einzige Variante für Suchmaschinenwerbung) Bannerwerbung oder Videos. Welche Botschaft können wir innert kürzester Zeit interessant vermitteln und wie stimmig ist die Botschaft zu unseren Unternehmen und dem Internetauftritt. Es können verschiedene Anzeigen gestaltet werden und miteinander im Wettbewerb stehen, nach einem Test kann die beste Version verwendet werden. Anzeigen lassen sich rasch pausieren und ändern.

Medien

Wie erreiche ich am besten meine Zielgruppe und wie transportiere ich meine Botschaft. Im Internetmarketing stehen drei Möglichkeiten zur Verfügung. Einerseits die Suchwerbung, wenn der Kunde direkt nach etwas sucht, andererseits die Einblendungen bei sozialen Medien und anderen Webseiten. Im letzteren Fall kann visuell, d.h. mit Bildern oder Videos gearbeitet werden. Interessant für den Werbetreibenden ist, dass per Klick bezahlt werden kann, d.h. nur wenn der Kunde die Webseite besucht. Wenn die Anzeige nur eingeblendet wird, fallen keine Kosten an und es wird dennoch eine Botschaft publiziert.

Kriterium	Konventionelle Werbung	Internetwerbung
Zielgruppe	Sämtliche Leser, Zuhörer oder Zuschauer	Nur Besucher bestimmter Webseiten
Segmentierung	Lt. Mediadaten	Demographisch und Nutzerverhalten
Reichweite	Durch Medium beschränkt	Internet 2 Mrd. Benutzer
Lokalisierung	Benutzung Medium	IP-Adresse oder GPS Signal
Botschaft	Einmal bestimmt	Immer wieder adaptierbar
Relevanz	Zufälliges Interesse	Direkte Suchanfrage oder Ansprache im Umfeld
Virale Effekte	Weitererzählen	Weiterleiten
Einsatzmöglichkeit	Vorbereitungszeit nötig	Sofort schaltbar
Kampagnenstopp	Schwierig, Einsatz verloren	Pausieren, keine Kosten mehr
Kosten	Reichweite	Kosten pro Klick
Kontrollmöglichkeit	Medienauswertung	Besuche auf der Webseite
Interaktion	Antwort mit Zeitverlust	Sofortige Kontaktmöglichkeit
Beratungsmöglichkeiten	Aussendienst, Verkäufer	Hotline, Spezialisten

Selbstverständlich hat jedes Medium seine Stärken und am Ende zählen die Kontaktpunkte. Der Kunde wird am Tag vielleicht mit 3000 Botschaften konfrontiert, wenn er 5 davon bewusst aufnimmt, ist dies viel. Vieles geht ins Unterbewusstsein über. In der Aufstellung haben wir nicht die vielen Geschäftsmodelle eingearbeitet, die sich mit Internetwerbung ergeben.

Es ist bei Internetwerbung Ziel eine gewünschte Aktion zu erreichen, dazu benötigt es schlussendlich eine Webseite.

Webseite

Eine Webseite ist der Anker im Internet. Alle Aktivitäten sollten einen Bezug zur Webseite haben. Auf die Webseite gehören vor allen statische Informationen, wie Kontaktdaten, Angebot, Unternehmensziele und das Team.

Eine Webseite zu erstellen, wird immer einfacher. Wordpress ist dafür als System am meisten verbreitet und die Hoster helfen bei der Installation auf ihren Servern. Dort läuft das Programm und kann von überall über einen Internetbrowser aufgerufen. Das Design, die Zusatzprogramme und die Inhalte werden geschickt in einer Datenbank verwaltet, so dass Text- oder Designänderungen einfach realisierbar sind.

Wenn Sie Ihre Webseite erneuern, sollten Sie vorsichtig bei der Linkstruktur sein. Sonst kann es bei der Suche auf einen Verweis gezeigt werden, der auf Ihrer Webseite nicht vorhanden ist und schon haben Sie eine schlechte Benutzererfahrung.

Die Suchmaschinencodes sind heute so ausgereift, dass jede Manipulation zur Abstrafung führt. Stellen Sie Ihre Inhalte aus Kundensicht dar, bieten Sie gute Informationen und eine einfache Struktur. Um bei der Suche nach oben zu kommen, konzentrieren Sie sich auf wenige Suchbegriffe und sorgen Sie dafür, dass Informationen und Links dazu vorhanden sind.

Verlinken Sie alle Ihre Aktivitäten auf Ihre Webseite und schaffen Sie einmalige Inhalte. Es gibt Dinge, die sind in sozialen Medien besser aufgehoben. Vor allen sind dies tägliche Gegebenheiten, Produktankündigungen oder

Vorstellung neuer Mitarbeiter. Für die sozialen Medien schaffen Sie sich Kommunikationspläne, die Webseite sollte immer wieder mit langfristigen Informationen aktualisiert, aber auch bereinigt werden.

Nutzen Sie Landingpages für Werbeaktionen. Sie lassen damit Ihrer Webseite eine Neutralität und können besser auf Ihre Kunden, die Botschaft und die Medien eingehen.

Wenn Sie irgendwie auftreten oder werben, kommunizieren Sie bitte Ihre Webseite. Visitenkarten, ohne einen Verweis auf Ihren Internetauftritt sind ein NoGo. Wenn Sie eine Anzeige schalten, verweisen Sie auf das Internet, um dort mehr Informationen zu publizieren.

Landingpage

Eine Landingpage ist die Zielseite, auf welche der Besucher beim Klick von Werbung landet. In vielen Fällen sollte dies keinesfalls die Startseite sein. Wenn ein Besucher z.B. eine Reservation tätigen will, interessiert ihn erster Linie eine Kontaktmöglichkeit, später ist es wünschenswert einen Blick auf die Speisekarte zu werfen oder zu sehen an welchen Tisch er platziert wird.

Wir empfehlen folgendes Vorgehen, wenn Sie z.B. den Kunden mit einer Internetwerbeaktion für Ihr Restaurant gewinnen wollen:

Zielgruppe	potentielle regionale Kunden, die gerne auswärts essen
Botschaft	sizilianische Spezialitäten
Medium	Bannerwerbung in regionalen Webseiten mit Bezug zu Essen und Trinken

Wenn der Kunde jetzt auf Ihre Webseite kommt, benötigen Sie eine Unterseite machen mit einen Hinweis zur Aktion und den sizilianischen Spezialitäten, effektiver ist eine Landingpage.

Auf dieser Landingpage, die sich an Ihrem Design orientieren sollte (Logo, Unternehmensfarben und Schrift) können Sie:

- Ein Kurzvideo erstellen mit einen begeisterten Kunden
- Detailliert Ihr Menü beschreiben und Weinempfehlungen abgeben
- Die Möglichkeit einräumen über soziale Medien zu posten
- Einen Reservierungswunsch senden lassen
- Links zu Ihrer Webseite und zu Ihren sozialen Medien geben
- Bestätigung senden, dank der Kundendaten

Selbstverständlich können Sie durch den Kundenkontakt weiter arbeiten, z.B. mit Mailinglisten. Mit den Projekt i54 realisieren wir in der Region Baden, Schweiz solche Kampagnen und wollen langfristig Kleinunternehmen besser mit einander vernetzten und das Wissen zu Internetmarketing steigern.

Exkurs Wordpress

Für die Webseitengestaltung und für Blogs empfehlen wir Wordpress aus zweierlei Gründen. Zum einen ist die Lösung sehr weit verbreitet, als Opensource erhältlich und es gibt viele Anwendungen. Zum anderen können Sie immer jemanden findet, der Ihnen weiterhilft. Informationen zu Wordpress finden Sie auf *http://wpde.org*

Die meisten Hoster bieten die Installation auf den Server gratis an, Sie müssen sich um die Installation wenig Gedanken machen. Sie können sich dann auf der Seite einloggen. Tipp: Geben Sie immer einer zweiten Person Ihres Vertrauens die Administratorenrechte.

Wenn Sie in Wordpress sind, können Sie verschiedene Designs verwenden. Die aktuellen Standarddesigns ermöglichen bereits die Erstellung professioneller Seiten. Sie können einfach Seiten erstellen, ein Menü definieren und Bilder einsetzen. Bei der Arbeit erinnert viel an Word. Zu Wordpress finden Sie viele Anleitungen in Youtube.

Einen Gestaltungsspielraum haben Sie mit den sogenannten Widgets. Diese Bausteine ermöglichen viele Funktionen und sind besonders nützlich für Einblendungen von sozialen Medien oder der Gestaltung von Fussleisten.

Weitere Funktionen werden durch sogenannten Plugins ermöglicht. Wir verwenden in der Regel folgende Produkte.

Jetpack	Ein Paket von Wordpress mit vielen Funktionen, hier gefällt uns besonders das Kontaktformular. Um das Plugin zu nutzen, muss man sich bei Wordpress registrieren. Die jeweiligen Funktionen müssen aktiviert werden. Wir sind hier noch am Anfang.
NextGen	Ideal für Bildergalerien. Es gibt hier verschiedene Ansichten zur Darstellung von Bildern. Interessant auch als Alternative zur Medienbibliothek von Wordpress. Generell ist bei Bilddateien darauf zu achten, die Dateigrösse zu verkleinern. Für das Internet ist das ohne Qualitätseinbusse möglich, ein Programm dazu ist TinyPic.
WP-Google Maps	Hiermit bauen wir die Google Karten in die Webseite ein. Es ist immer sehr praktisch für die Kunden auf der Kontaktseite zu sehen, wo sich das Unternehmen befindet. Dazu sind die Geodaten nötig. Diese werden über die Webseite *http://de.mygeoposition.com* ermittelt.
Adrotate	Nutzen wir zur Platzierung von Bannern, gleichzeitig werden die Klicks registriert. Es können Kampagnen gestaltet werden mit der Möglichkeit, jeweils andere Banner zu publizieren. Es wird hier mit Shortcodes gearbeitet, die entweder auf die Seite direkt oder auf den Widgetsbereich platziert werden. Das ist sehr interessant, wenn sich Kleinunternehmer gegenseitig helfen wollen.
InboundNow	Landingpages und Leadgenerierung. Wir erstellen damit Zielseiten und versuchen die Kundendaten aufzunehmen. Es ist möglich A/B Tests zu machen, dadurch kann überprüft werden, welche Landingpage die beste Wirkung hat. Die Erstellung von Schaltflächen ist sehr einfach, ebenso werden Kundendaten in Listen gespeichert.
WPML	Einrichtung von Mehrsprachigkeit, diese Lösung muss lizensiert werden. Mehrere Sprachen sind sehr praktisch und einfach zu handhaben. Das Programm erklärt eigentlich alles. Es müssen die Dateien und die Menüs übersetzt werden

Woocommerce	Die Shoplösung mit vielen Möglichkeiten Eine Grundfunktion erlaubt schon den Verkauf und die Abwicklung. Es sind einige Einstellungen nötig. Wir experimentieren und auf unserer Seite http://i-p-s.ch haben wir Leistungen als Produkte ohne Kauffunktion realisiert.
Yoast	Suchmaschinenoptimierung, hier kann der Code für Google Analytics eingetragen werden und die nötigen Angaben für die Webmastertools. Yoast zeigt sehr gut Verbesserungsmöglichkeiten auf. Eine wirkliche Suchmaschinenoptimierung ist sehr aufwändig.

Wenn Sie eine Seite mit Wordpress realisieren wollen, überlegen Sie sich, was Ihre Zielgruppe ist und welche Botschaften Sie vermitteln wollen. Schreiben Sie Texte, suchen Sie sich Bilder und überlegen Sie sich eine Struktur. Suchen Sie sich eine Vorlage (Theme), welche zu Ihren Geschäft passt und erwerben Sie eine Proversion um Unterstützung zu bekommen. Eine Seite ist rasch erstellt und durch das CMS können Sie immer wieder Änderungen vornehmen. Wenn Sie das Design wechseln wollen, ist das mit wenigen Mausklicks realisiert.

Newsletter und E-Mail

Wir arbeiten mit Mailchimp. Das Programm ist bis zu 2000 Abonnementen und 6 Aussendungen pro Monat gratis. Es verfügt über ein gutes System zum Aufbau für Listen, Einbau eines E-Mail Sammlers in die Webseite, für die Gestaltung von Newsletter und zur Automatisierung, d.h. automatischen Versand von E-Mails.

Sie müssen sich bei http://mailchimps.com registrieren, eine Liste aufbauen und können dann Ihren Newsletter gestalten. Das ist mit vielen Beispielen hinterlegt und gelingt rasch. Interessant ist auch die Möglichkeit den E-Mail Versand zu automatisieren.

Wenn Sie mit Wordpress arbeiten, können Sie auf Ihrer Seite einen E-Mail Sammler hinterlegen. Viele Anbieter geben für den Erhalt der E-Mail Adresse ein kleines Geschenk, z.B eine Broschüre oder eine Checkliste. Gerade von der Generation 35+ werden E-Mails beachtet.

Bei den Landingpages können Sie Mailchimps integrieren und so einen automatischen Versand auslösen, Vorteil, die gesamte Kundenbeziehung ist geplant und Sie müssen nicht mehr einzeln eine E-Mail verschicken.

• Dies könnten folgende E-Mails sein:

• Bestätigungsmail nach Eintrag in die Liste

• Einladung zu einen Abo mit einen schönen Bild jeweils am Monatsanfang (separate Liste)

• Einladung zur Zigarrenprobe in einen Restaurant, mit dem zusammen gearbeitet wird

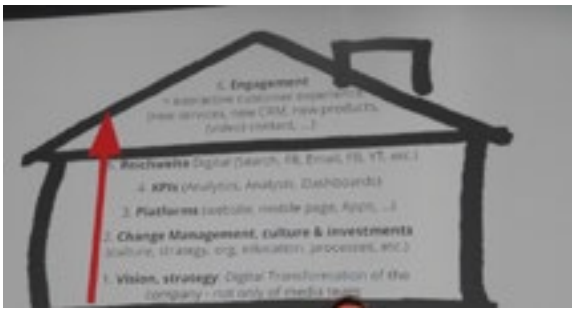
• Einladung zu einer Zigarrenreise

• Besuch einer Zigarrenmanufaktur in der Schweiz

Selbstverständlich werden alle Aktionen auch in Facebook beworben und es wird versucht die Kunden als Fans (diese vergeben ein Like) zu gewinnen.

Nutzen Sie stets aktiv Ihre E-Mail Korrespondenz. Diese hat weitgehend den Brief abgelöst und mit einer sorgfältigen Signatur sorgen Sie für aktive Kommunikation. Bitte zeigen Sie bezüglich Anrede und Schlussformel die gleiche Höflichkeit wie bei Briefen.

Unternehmensstrategie



Von Strategieberatern wird grundsätzlich ein Aufbau von unten nach oben, die Vision steht am Anfang. Ein Kleinunternehmen im täglichen Überlebenskampf sucht den erfolgreichen Geschäftsabschluss und verfügt nicht über die Zeit und Ressourcen, dass Geschäft aufzubauen. Es kann verglichen werden, mit einen Haus, welches ständig repariert werden muss. Ein Neubau wäre zwar wünschenswert, ist nicht möglich.

In meiner täglichen Praxis versuche ich diese Reparaturen rasch und günstig umzusetzen. Meistens sind dies die Einträge bei Google, Bing oder Facebook. Ebenso werden Positionierungen im Wettbewerbsumfeld und Gespräche geführt werden. Mit einfachen Massnahmen, wie virtuelle Rundgänge, Aktivitäten in Facebook, Erstellung einer effektiven Webseite wird die Kundenbeziehung nachhaltig verbessert

Es ist auch wichtig zu analysieren, wie heute Marketing betrieben wird und Gelder und Ressourcen genutzt werden. In der Regel gibt es viel Potential und auch die Möglichkeit sich gegenseitig zu helfen wird wenig geschätzt.

Innenmarketing

Sämtliche Aktivitäten verpuffen ohne das richtige Innenmarketing, gleichbedeutend mit Identifizierung von Ihnen, Ihren Mitarbeitern und Ihren Umfeld.

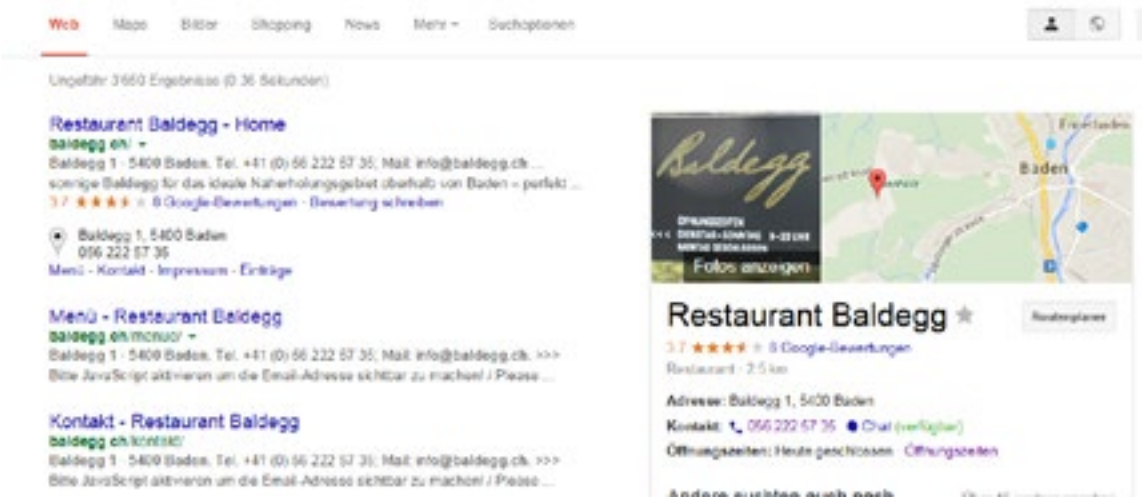
Vorgaben und Fesseln anlegen sind in der heutigen virtuellen Welt der falsche Ansatz. Vielmehr sollen Ideen verwirklicht

werden, Platz für Spontanität sein und das Akzeptieren von Fehlern. Gerade mit wenig Budget müssen sich sämtliche Teilhaber entfalten können.

Natürlich darf kein Wildwuchs entstehen und selbstverständlich muss ein geschäftlicher Bezug da sein, aber Ihr Unternehmen muss im Umfeld gelebt werden.

Oft werden die schönsten Konzepte kleingeredet und Sie sehen meistens Hindernisse, statt Fehler zu probieren und daraus zu lernen. Gerade die erfolgreichen Anbieter versuchen viel, verbessern laufend und legen Wert auf ein motiviertes, positiv denkendes Umfeld.

Google und Bingeintrag



Die Webseite soll im Internet gefunden werden. Jeder Benutzer sucht über Suchmaschinen nach Begriffen und die meisten nutzen dafür Google. Google bietet mit MyBusiness einen kostenlosen Unternehmenseintrag mit Kontaktdaten, Kategorien, Öffnungszeiten, Fotos, Kurzbeschreibung und der Möglichkeit mit Google+ Kundenbeziehungen herzustellen.

Die meisten Einträge sind bereits vorhanden, es muss die Inhaberschaft beantragt werden, um die Einträge selbst zu verwalten. Dies erfolgt telefonisch, wenn die Telefonnummer bekannt ist oder durch einen zugesandten Code mit Postkarte.

Um bei Google gefunden werden, sollte der Eintrag laufend aktualisiert werden und aktiv gemanagt werden. Seit neuesten übernimmt Google seltener Daten aus anderen Quellen Daten, wie z.B. Bewertungen. Auch nachdem Facebook mehr privaten Charakter hat, lohnt sich durchaus die Aktivität mit Google+. Vorteil sie geben die Daten direkt Google und Google kann damit die Qualität der Suche verbessern. Das wichtig zur Suchmaschinenoptimierung

Bing bietet zurzeit einen ähnlichen Eintrag mit Bingplaces. Dort kann die Kategorie und Dienstleistung wesentlich detailliert eingegrenzt werden. Bing hat wenig Verbreitung in der Schweiz, wir erwarten hier in nächster Zeit mehr Wettbewerb. Erste Schritte durch eine intensive Zusammenarbeit mit Yahoo sind eingeleitet.