

Vorstellung des Formates: Digitale Sichtbarkeit erzeugen



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Handel

Mittelstand-
Digital



Manuela Paul
Kick-off des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Handel
Berlin, 7. Oktober 2019

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Seminarangebote im Kurzformat: Digitale Sichtbarkeit erzeugen, durch

*Vermittlung von
Grundlagenwissen
max. 1,5 – 2 Stunden*

- ▶ Kartendiensteintrag Google My Business muss vorhanden sein
- ▶ Digitale lokale Initiativen: Online-Unternehmenspräsenz, Nutzung von eBay City & Co. um regional im Internet besser gefunden zu werden
- ▶ Web-Plattformen (MyHammer, Booking etc.) zur Gewinnung von Neukunden für sich nutzen
- ▶ Basis-Wissen: Kundenkommunikation über Social Media
- ▶ Eigene Website: Was muss ich beachten?
- ▶ Basis-Wissen: Wie funktioniert Suchmaschinenoptimierung (SEO)?

Mehr unter www.mittelstand-digital.de

Mit welchen Medien kann digitale Sichtbarkeit erzeugt werden?

Eigene Webseite

Social-Media

**Google My
Business**

Web-Plattformen

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

**Digitale
lokale
Initiativen**

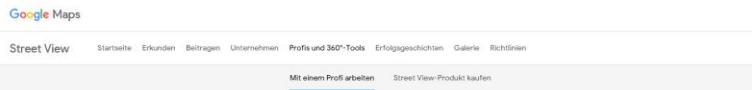
Inhalte: Kartendiensteintrag Google My Business

- ▶ Was ist Google My Business?
- ▶ Pflege und Detailanzeige eines Eintrages bei Google anhand von Praxisbeispielen
- ▶ Registrierung des eigenen Unternehmens in Google My Business
- ▶ Google Streetview in den Geschäftsräumen

Neue Kunden auf
Google ansprechen
– einfach und
kostenlos

Ihr Google My Business-Konto ist viel mehr als nur ein
Brancheneintrag. Mit Ihrem kostenlosen
Unternehmensprofil erreichen Sie neue Kunden ganz
einfach über Google Maps und die Google-Suche.

[Jetzt loslegen](#)

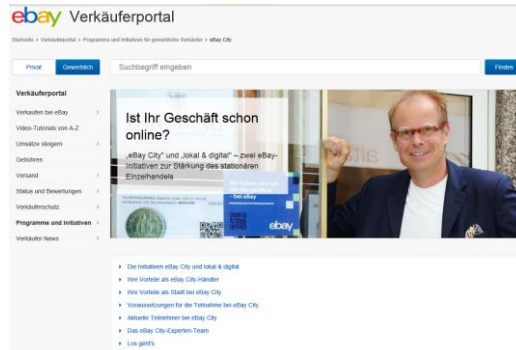


Einen zertifizierten Profi beauftragen, um mehr
Sichtbarkeit zu erlangen



Inhalte: Digitale lokale Initiativen

- ▶ Virtuelle Stadtportale
- ▶ City-Initiativen die Online-Plattformen zur Verfügung stellen
- ▶ eBay City, atalanda & Co. nutzen



Inhalte: Web-Plattformen....

- ▶ Grundüberlegungen:
 - Ist die Plattform für mich relevant?
 - Ist die Plattform bei der potentiellen Kunden-Zielgruppe bekannt?
 - Stimmt das Kosten-/Nutzenverhältnis?

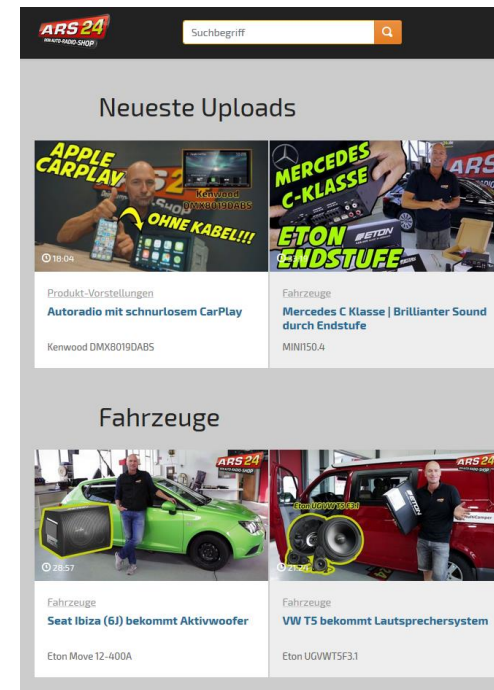
... auch für spezielle
Zielgruppen:



The screenshot shows the Pincamp website interface. At the top, there is a red banner with the text "Campingplatz bewerten & Camping-Urlaub gewinnen!" and a button "Jetzt bewerten". Below this is a search bar with the placeholder text "Reiseziel, Campingplatz, ADAC Suchnummer". To the right of the search bar are links for "BESTE CAMPINGPLÄTZE", "MAGAZIN UND RATGEBER", "ADAC PRODUKTE", and "CAMPING-THEMEN". The main heading reads "So registrieren Sie sich mit Ihrem Campingplatz bei PINCAMP". Below this, a paragraph states: "Auf Pincamp bieten wir Ihnen die Möglichkeit einen kostenlosen BASIC Eintrag Ihres Campingplatzes zu erstellen. Falls Sie Interesse an einem Eintrag bei uns haben, wenden Sie sich bitte an sales@adac-camping.de und wir melden uns bei Ihnen zurück." Another line says: "Mehr Informationen über unsere Marketingpakete finden Sie hier." Below that, it lists the contact person: "Ihr Ansprechpartner für Deutschland und Österreich: Kerstin Thomsen: +49 30 21782180 | kerstin.thomsen@adac-camping.de". At the bottom, there are logos for "Premium Partner", "ADAC Camping", "motel", and "ADAC". On the right side, there is a vertical yellow bar with the text "Was ist Pincamp?".

Inhalte: Kundenkommunikation über Social Media

- ▶ Die eigene Facebook-Unternehmensseite:
 - Handling, Do's and Don'ts
 - Interessante und einfallsreiche Kommunikation
 - Über Veranstaltungen berichten und Personalsuche
 - Durch Social Media Reichweite erzeugen
 - Welcher Social Media Kanal für welches Ziel nutzen?
 - Chancen und Risiken



Inhalte: Eigene Website - Was muss ich beachten?

Sie wollen angerufen werden?

Telefonnummer gut sichtbar auf
allen/relevanten Seiten platzieren

Kunden sollen Ihr Geschäft besuchen?

Zeigen Sie die Adresse mit
Anfahrtsbeschreibung an. Ein optionaler
Stadtplan mit Routen-navigation kann Sie
unterstützen

Termine sollen vereinbart werden können?

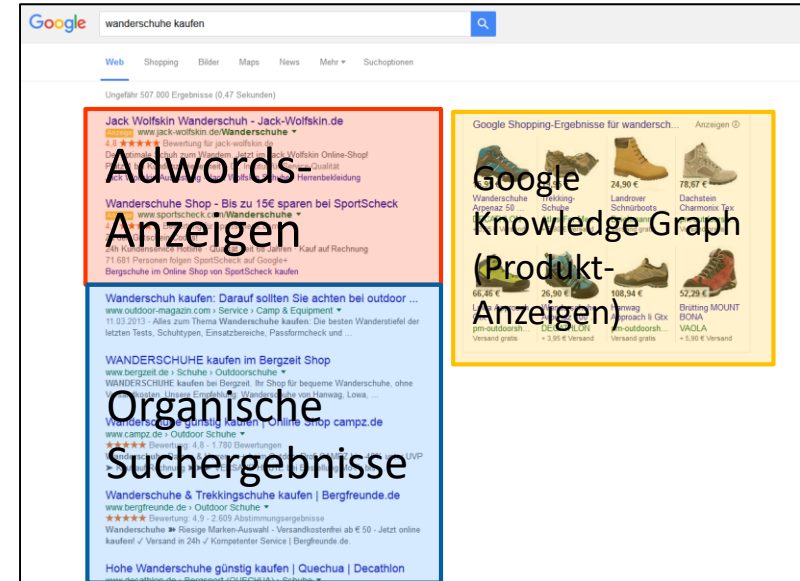
Platzieren Sie auf der Webseite eine
Termin-Anfrage-Komponente

Produkte sollen online bestellt oder gekauft werden können?

→ E-Commerce
Verlinkung zum eigenen Online-Shop
/ Marktplatz / Digitaler Initiative

Inhalte: Wie funktioniert Suchmaschinenoptimierung (SEO)?

- ▶ Was ist Suchmaschinenoptimierung?
- ▶ Aufbau der Suchergebnisseite bei Google
- ▶ Wie funktioniert die Suche bei Google?
- ▶ Wie gelangt meine Webseite in der Suchmaschine nach vorne?





Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Handel

Kontakt:

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel
c/o ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Manuela Paul

Tel.: 0941 943-1922 bzw. -1901
E-Mail: manuela.paul@ibi.de
XING: www.xing.com/profile/Manuela_Paul5
Internet: www.kompetenzzentrumhandel.de | www.ibi.de



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Handel

www.kompetenzzentrumhandel.de

Twitter: @handelkompetent

Facebook: Mittelstand 4.0 - Kompetenzzentrum Handel

Xing: Mittelstand 4.0 - Kompetenzzentrum Handel

Mittelstand-
Digital



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Wir. Machen. Digitalisierung. Begreifbar.



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Handel

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages