

Ihre Kunden sind Online – Wo sind Sie?

Wir zeigen Ihnen wie es geht

Fundiertes Wissen sichert Ihre (berufliche) Zukunft und lässt Sie Ihren Mitbewerbern immer einen Schritt voraus sein. Doch statt viele Bücher, die vor Fachbegriffen überquellen, zu lesen oder sich auf Halbwissen zu beschränken, geht das nun schneller, effizienter und sicherer. Profitieren Sie von der Möglichkeit, sich kompakt und kompetent bei einem Brancheninsider zum Thema "Online-Marketing" zu informieren und Ihr Wissen auszubauen.

Mit unseren Vortag am Donnerstag, den 03. November im Hotel Goldener Adler Weißenburg, geben wir Ihnen Einblicke, Überblicke und vertieftes Fachwissen.

Natürlich haben Sie auch nach den Weiterbildungsveranstaltungen jederzeit die Möglichkeit, sich bei Fragen an uns zu wenden!

Anmeldung:

per Telefon: 09831 6139152
per E-Mail: info@guniweb.de

Eckdaten:

Wann: 03.11.2011 von 19:00 - 20:30 Uhr
Wo: Hotel Goldener Adler in Weißenburg
Teilnehmergebühr: 35,- Euro

Ihre Referenten

Daniel Reisinger, Geschäftsführer der Ad-nobis Werbeagentur, ist geprüfter Online-Marketing-Manager und beschäftigt sich seit über 15 Jahren mit dem Medium Internet.



Jonas Härtfelder, Geschäftsführer der GuniWeb moderne Medien GmbH, belegt an der Hochschule München den Master-Studiengang Wirtschaftsinformatik und beschäftigt sich seit mehr als einem Jahrzehnt mit den Möglichkeiten des Internets.



Referenzen



„Toller Vortrag, viele interessante Denkanstöße, kann mich dafür im Namen der Wirtschaftsjuvenen Ingolstadt herzlich bedanken. Klasse“



Jörg Hoffmann,
Pressesprecher der
Wirtschaftsjuvenen Ingolstadt



„In den Workshops konnten wir wichtige Erfahrungen sammeln die uns bei der Umsetzung des Social-Marketings viel Zeit und Geld gespart haben“



Martin Kleindl,
Social-Media-Team, Leitung
PR und Werbung der
Sparkasse Ingolstadt

So erreichen Sie regionale Kunden

- ➔ Schreiben Sie auf die Website immer wieder die Namen der umliegenden Ortschaften, Landkreise und der Region. So werden Sie bei Google schneller gefunden.
- ➔ Tragen Sie die Firma in die wichtigsten großen und regionalen Firmenverzeichnisse ein.
- ➔ Beim Aufrufen der Firmen-Website sollte der Besucher sofort erkennen, wo das Geschäft angesiedelt ist. Dies können Sie durch ein Landschaftsbild aus Ihrer Region oder den Ortsnamen schnell erreichen.
- ➔ Bieten Sie regionalen Firmen, Partnern und Vereinen eine gegenseitige Verlinkung der Websites an.
- ➔ Schalten Sie regionale Online-Werbung. Noch nie war es einfacher, die Werbung genau an die gewünschte Zielgruppe von Alter, Geschlecht und Region zu bringen. Google, Facebook, party-screen.de, bei-uns.de und Co. bieten dies an.

Online-Marketing-Tipps

Erreichen Sie Ihre Kunden

80 % aller Deutschen sind täglich online. Vor allem die Zielgruppe zwischen 15 und 30 Jahren nutzt das Medium Internet heute schon stärker als Zeitung, Radio und Fernsehen. Durch Tablet-PCs, Smartphones & Co. sowie immer schnellere und günstigere Internetverbindungen wird sich diese Entwicklung fortsetzen. Diese Generation informiert sich über Waren und Dienstleistungen fast ausschließlich über das Internet. Wenn Ihre Firma im Netz nicht entsprechend vertreten ist, verlieren Sie Ihre Kunden von Morgen. Gerade das regionale Onlinemarketing bietet lokalen Geschäften ganz neue Möglichkeiten, Ihre Angebote an die richtige Zielgruppe zu adressieren. So können Sie z. B. mit Facebook, party-screen.de oder bei-uns.de ganz gezielt Menschen in Ihrer Region, der entsprechenden Altersgruppe und dem gewünschten Geschlecht ansprechen. Diese Werbemöglichkeiten bietet Ihnen so kein anderes Medium.



lere und günstigere Internetverbindungen wird sich diese Entwicklung fortsetzen. Diese Generation informiert sich über Waren und Dienstleistungen fast ausschließlich über das Internet. Wenn Ihre Firma im Netz nicht entsprechend vertreten ist, verlieren Sie Ihre Kunden von Morgen. Gerade das regionale Onlinemarketing bietet lokalen Geschäften ganz neue Möglichkeiten, Ihre Angebote an die richtige Zielgruppe zu adressieren. So können Sie z. B. mit Facebook, party-screen.de oder bei-uns.de ganz gezielt Menschen in Ihrer Region, der entsprechenden Altersgruppe und dem gewünschten Geschlecht ansprechen. Diese Werbemöglichkeiten bietet Ihnen so kein anderes Medium.

Gefahren und Chancen beim Social-Marketing

Wer sagt, Mund-zu-Mund-Propaganda sei die beste Werbung, für den ist Social-Marketing das Richtige. Denn genau hier geht es um Empfehlungen von Freunden.



Lassen Sie Ihre zufriedenen Kunden für sich sprechen. Auch die öffentliche Meinung von unzufriedenen Kunden ist – richtig umgesetzt – ein Gewinn für Ihr Image. Bevor Sie sich eine Facebook-Fanpage, einen Twitter-Account oder eine bei-uns.de Gruppe anlegen, sollten Sie dies in das Gesamtpaket der Unternehmenskommunikation mit einplanen.

Egal auf welchem Kanal Sie mit den Kunden kommunizieren, es sollte immer die gleiche Botschaft sein. Setzen Sie die Social-Media-Portale richtig für Ihre Firma ein. So können Sie mit geringem Aufwand einen großen Mehrwert erreichen.

Ein Online-Shop steigert Ihr Ladengeschäft

Für Einzelhändler ist es ein guter Nebenverdienst, die Waren zusätzlich über den eigenen Online-Shop anzubieten. Unsere Erfahrungen haben gezeigt, dass dadurch auch die Umsätze im Ladengeschäft steigen. Ein Online-Shop dient dem Interessenten wie ein Katalog, der neue Kunden in den Laden bringt. Durch den Onlineversand der Waren erhöhen Sie die Reichweite Ihres Kundenkreises um ein Vielfaches. Die modernen Shop-

Systeme sind schnell eingerichtet und lassen sich im täglichen Gebrauch auch für Computerlaien einfach bedienen. Selbst die Paketaufkleber und die Zahlungsabwicklung übernehmen die ausgereiften Shop-Systeme. So können Sie langfristig Ihr Ladengeschäft um einen ertragreichen Vertriebskanal erweitern.

Tipps für Ihre Website

- Die Besucherstatistik Ihrer Firmenwebsite ist das A und O Ihres Online-Erfolgs.
- Das Impressum ist rechtlich vorgeschrieben und muss auf der Website deutlich erkennbar sein.
- Text- und Bildänderungen an der Website sollte Ihre Firma ganz einfach selbst machen können.
- Stellen Sie nie Texte oder Bilder online, von denen Sie nicht die Genehmigung zur Veröffentlichung haben. Das gilt auch für die Bilder Ihrer Mitarbeiter. Lassen Sie sich hier das schriftliche OK geben.