



Digitales Marketing

Präsent sein, Kunden pflegen, besser verkaufen

Die ersten Schritte

Eine E-Mail-Adresse mit Ihrer eigenen **Domain** – name@eigeneFirma.de – und der Eintrag in einschlägigen **elektronischen Verzeichnissen** sind die ersten Schritte. Stellen Sie sicher, dass Ihre Webseite für **mobile Geräte** optimiert ist. Die Webseiten-Erstellung beginnt immer mit den Fragen: wer ist meine **Zielgruppe**? Wie erreiche ich sie am besten und mit welcher Sprache?

Die Erweiterung

Nutzen Sie elektronische Verzeichnisse und die **Sozialen Medien (Facebook, Twitter, Xing, etc.)**, um Ihre Firma vorzustellen und bekannter zu machen.

Durch **Suchmaschinenoptimierung (SEO)** werden Sie besser gefunden.

Der Kunde

Die Ansprache Ihrer Kunden kann über einen regelmäßigen **Newsletter**, über **Suchmaschinenmarketing (SEM), Online-Anzeigen, Kampagnen** in den Sozialen Medien oder **Onlineumfragen** erfolgen. Gutes Online-Marketing bedeutet auch **Kontaktdatenpflege**. Hier gibt es Lösungen von einfachen Datenbanken bis hin zu umfassenden Management-Software Systemen (Customer Relation Management), wie Nutshell, Salesforce, Microsoft Dynamics CRM.

Wozu digitales Marketing?

- _um im Internet bekannter & einfacher auffindbar zu sein
- _um Ihr Geschäft auszuweiten & neue Kundengruppen zu gewinnen
- _um Kundenservice zu verbessern & Aufwand zu reduzieren



Was sagen Unternehmen zum Thema:

Webseite



halten die Webseite für ein wichtiges Kommunikationsmittel*



erreichen Ihre Kunden durch SEO besser*



sagen, dass die Webseite ein wichtiger Absatzkanal ist*

Soziale Medien



steigern ihre Bekanntheit



verbessern ihre Kundenbindung



verbessern Ihr Image

Quelle: Zeres; Israel: Online-Marketing. Nutzung bei Klein- u. mittelständischen Unternehmen, 2016. *2138 befragte Unternehmen

Der Verkauf

Für viele Unternehmen ist der Online-Verkauf essentiell – entweder über einen eigenen Shop oder einen externen Anbieter. Zusätzlich zum Aufbau eines eigenen Onlineshops sollte Ihre **Warenwirtschaft** digital und mit dem Online-shop über geeignete Schnittstellen verknüpft sein. Für den Erfolg Ihres Digitalisierungsprojektes sollten Sie die beteiligten Mitarbeiter von Anfang an aktiv einbinden.

Die Analyse

Online Analyse Hilfen wie etracker, PI-WIK oder Google Analytics zeigen Ihnen, wie Webseite, Newsletter oder Ihre Aktivitäten in den Sozialen Medien angenommen werden. Wo wird geklickt, was im Detail angesehen, wo kommt es gar zu einem Geschäftsabschluss – wo nicht?

Mehr Infos zu den Angeboten des **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Berlin:**
gemeinsam-digital.de | info@gemeinsam-digital.de

Impressum

Verleger: BVMW - Bundesverband mittelständische Wirtschaft, Unternehmerverband Deutschlands e.V., Bundeszentrale, Potsdamer Straße 7 | Potsdamer Platz, 10785 Berlin, Telefon: +49 30 53 32 06-0, Telefax: +49 30 53 32 06-50, E-Mail: info@bvmw.de
Vertretungsberechtigter Vorstand: M. Ohoven, W. Grothe, Dr. H.-M. Pott, Dr. H. Baur, J. Bormann, Dr. J. Leonhardt, A. Zimmermann
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. §27a, UStG DE 230883382 | **Vereinsregister:** Berlin Charlottenburg Nr. 19361 Nz
Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung **für den Inhalt Verantwortlicher** i.S.v. § 5 TMG: A. Horn, Leiterin „Gemeinsam digital“