

8 Tipps, mit denen Sie Ihr Unternehmen online sichtbarer machen

Essen, 07.05.2018 – Die von Das Örtliche im Januar 2018 erfolgreich gelaunchte Informations-Website www.dasoertliche.de/unternehmen hat acht Tipps zusammengestellt, die Gewerbetreibende dabei unterstützen, ihre Präsenz im Internet aufzubauen. Denn: Verbraucher nutzen bei der Unternehmenssuche heutzutage meist die Internetrecherche. Neben Neukunden trifft dies auch für Bestandskunden zu, die Kontaktdaten von Dienstleistern nachschlagen, mit denen sie bereits zusammengearbeitet oder von denen Sie schon ein Produkt oder eine Dienstleistung erworben haben. Wer dann als Unternehmen nicht in den Suchresultaten auftaucht, bekommt auch keinen Auftrag. Wie man im Internet präsenter werden kann, zeigen die folgenden Tipps.

1. Nutzen Sie Verzeichnisdienste für eine schnelle Sichtbarkeit

Ein [Eintrag in einem Verzeichnisdienst](#) wie Das Örtliche verschafft Ihnen eine erste Anlaufstelle im Web und ist auch mobil und per App auffindbar. Wer Top-Positionen bucht, steht bei der Suche im Verzeichnisdienst ganz oben. Der Vorteil: Sie sind mit geringem Kosten- und Zeitaufwand schnell sichtbar.

2. Erstellen Sie ein Unternehmensprofil in Social-Media-Communities

Ein eigener Social-Media-Auftritt, wie z. B. eine [Facebook-Seite](#), ist schnell erstellt und ein weiteres virtuelles Aushängeschild für Ihr Unternehmen. Sie verschafft Ihnen zudem direkten Kontakt zur Zielgruppe, ohne dass Sie sehr viel Aufwand betreiben müssen. Zwei oder drei Postings pro Woche reichen für den Anfang.

3. Bauen Sie Ihre eigene Webseite auf

Eine eigene Webseite ist heute das Herzstück in der digitalen Selbstvermarktung. Hier haben Sie alle Zügel selbst in der Hand. Das Minimum ist eine digitale Visitenkarte, also eine Startseite mit Ihren Kontaktdaten. Beschreiben Sie am besten auch Ihre Dienstleistung, Ihre Produkte oder stellen Sie Kundenprojekte vor, die Sie erfolgreich abgeschlossen haben. Wichtig: Die Seite sollte professionell aussehen und im Bestfall sogar mobiloptimiert sein.

4. Belegen Sie die Keywords, nach denen Ihre Kunden suchen

Bei der Online-Suche nach Unternehmen verwenden Verbraucher stets bestimmte Schlagwörter bzw. Keywords. Finden Sie die zu Ihrem Gewerk passenden Keywords und verwenden Sie sie auf Ihrer Webseite, im Eintrag beim Verzeichnisdienst, bei Google AdWords oder auch in Ihren Inseraten. Mehr Tipps zur Keyword-Recherche finden Sie bei [Das Örtliche für Unternehmen](#).

5. Liefern Sie die Infos, die Ihr Kunde braucht

Eine [Studie](#) von Das Örtliche zeigt, was Usern bei der Suche nach Unternehmen wichtig ist: Darunter fallen Basics wie Adressdaten, Infos zu den Leistungen und Produkten, verfügbare Parkplätze oder Öffnungszeiten. Ebenfalls wichtig sind den Befragten aber zum Beispiel auch Informationen zu den Qualifikationen des Dienstleisters (z. B. Meisterausbildung, Urkunden), Markennamen verwendeter Produkte, Bezahlungsmöglichkeiten sowie Bewertungen von anderen Kunden.

6. Fördern Sie Bewertungen zu Ihrem Unternehmen

Laut einer [Studie](#) von Greven Medien sind Kundenbewertungen der wichtigste Kaufimpuls für die Deutschen. Rund zwei Drittel aller Bundesbürger erkundigen sich vor einer verbindlichen

Kaufentscheidung zunächst nach Bewertungen im Netz. Verlinken Sie deshalb zu bekannten Bewertungsportalen, die für Ihren Bereich relevant sind, um aktiv Bewertungen zu fördern oder holen Sie Stimmen von Ihren Kunden für Ihre Webseite ein. Auch bei Das Örtliche können Kunden Ihr Unternehmen bewerten und so andere an Ihrer Erfahrung teilhaben lassen.

7. Zeigen Sie, dass Sie ein Experte auf Ihrem Gebiet sind

Sie arbeiten seit langer Zeit in Ihrem Job und haben Ihren Beruf von der Pike auf gelernt. Zeigen Sie also, was Sie können: Ein schönes Foto von einem vollendeten Projekt, ein Video von einer typischen Arbeit, ein Zertifikat, das Sie erworben haben. Teilen Sie Informationen und News rund um die Entwicklungen und Neuerungen in Ihrer Branche, die für Ihre Kunden von Belang sein könnten.

8. Vernetzen Sie sich mit anderen Unternehmern

Nutzen Sie Ihr Netzwerk an Geschäftspartnern und Dienstleistern, mit denen Sie arbeiten, doch auch für die Vermarktung: Verlinken Sie sich gegenseitig auf der Webseite, in Ihren Social-Media-Accounts oder legen Sie Broschüren im Geschäft des Partners aus. Empfehlen Sie sich gegenseitig, denn Mund-zu-Mund-Propaganda hat eine hohe Glaubwürdigkeit.

Über Das Örtliche:

Das Örtliche wird von Deutsche Tele Medien und 96 Verlagen Das Örtliche gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Das Örtliche den Nutzern als Buch, online und mobil über www.dasoertliche.de sowie u.a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2017 verzeichneten die Produkte von Das Örtliche medienübergreifend ca. 1,4 Mrd. Nutzungen*. Die Wortmarke Das Örtliche ist im Markenregister für die DasÖrtliche Zeichen-GbR eingetragen und kennzeichnet u.a. neben der typisch blau-weißen Farbkombination alle Produktausprägungen in sämtlichen Medien.

*Quelle: GfK Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2017; repräsentative Befragung von mehr als 15 Tsd. Personen ab 16 Jahren

Kontakt:

SMART PR GmbH
Yvonne Salcewics
Talstrasse 22-24
40217 Düsseldorf
Tel.: (0211) 2709 – 255
Fax: (0211) 2709 – 252
Mail: salcewics@smart-pr.de

Das Örtliche Service- und Marketing GmbH
Daniel Wurl
Bamlerstr. 1a
45141 Essen
Tel.: (0201) 43 948 – 30
Fax: (0201) 43 948 – 14
Mail: d.wurl@dasoertliche-marketing.de