

Patrick Hünemohr, Geschäftsführer,
Greven Medien GmbH & Co. KG



wirtschaften einen Jahresumsatz von ca. 300 Mrd. Euro (Vgl. BIP Deutschland: rund 2.400 Mrd. Euro). Über 90 Prozent der Unternehmen in Deutschland sind eigentümergeführte Familienunternehmen.

Heise Gruppe

Gegründet 1949 als Verlag Heinz Heise ist die Heise Gruppe heute ein weit verzweigtes, international tätiges Medienhaus. Der Geschäftsbereich Verzeichnismedien, der seit Juni 2015 unter der Absendermarke Heise RegioConcept im Markt tätig ist, gibt in Zusammenarbeit mit DeTeMedien 11 Ausgaben von Das Telefonbuch und 101 Ausgaben von Das Örtliche im nord- und westdeutschen Raum heraus. Zum Portfolio der Heise Gruppe gehören des Weiteren Zeitschriften (u. a. c't, iX, Technology Review, Make), der bekannte IT-Nachrichten-Channel heise online sowie das Preisver-

gleichsportal geizhals.at. Mehr über die Heise Gruppe: www.heise-gruppe.de ■ *PM Heise Gruppe, 20.01.2017*

Unternehmenswebsite oder der Rabattcoupon über das Smartphone beim lokalen Händler. Die digitalen Trends sind marktbestimmend – und herausfordernd für Unternehmen. Deshalb steht das Kölner Traditionsunternehmen Greven Medien seinen Kunden mit seiner langjährigen Expertise im digitalen Wandel zur Seite und analysiert die neuesten Digital-Trends. Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien, erläutert, was 2017 wichtig wird:

AUS DEN MITGLIEDSUNTERNEHMEN

Digitale Trends 2017

Patrick Hünemohr, Geschäftsführer Greven Medien, erklärt, was in diesem Jahr wichtig wird

Digitale Technologien bestimmen zunehmend unseren Alltag: Der Einkauf im Onlineshop, die Kundenanfrage über die

Einen Großteil unserer Zeit verbringen wir heute online, allerdings nicht vor dem heimischen Computer, sondern vor unseren Smartphones. Mobile First ist längst der Status quo. Trotzdem konzentrieren sich

WIR WÜNSCHEN EINEN GUTEN UND GESUNDEN START FÜR 2017.

Wir bedanken uns sehr herzlich für die gute und termin-treue Zusammenarbeit. Wir wünschen Ihnen für das neue Jahr weiterhin gutes Gelingen, zu dem wir gern unseren Beitrag wieder leisten wollen. Erfolg ist immer Teamwork - auch im Business - zumindest bei uns.

Mit unseren fünf Kompetenzbereichen Druck, Medien, Umwelt, One-to-One, und Consulting entwickeln wir Medienproduktions-Lösungen für Sie. Wir nennen das **P2B, power2business**. Mehr darüber erfahren Sie unter eversfrank.com.

Eversfrank Berlin GmbH · Ballinstraße 15 · 12359 Berlin
Birgit Makus · Tel. +49 30 63957-126 · birgit.makus@eversfrank.com



EVERSFRANK BERLIN
DRUCK. MEDIEN. UMWELT.

Unternehmen heute noch auf das klassische Web. Klare Indizien zeigen allerdings, wie wichtig das Thema Mobile für Unternehmen und Marken wird. So fallen in den USA laut Comscore (<http://www.e-commerce-magazin.de/trends-2017-mobile-first-ansatzekommen-von-asien-nach-deutschland>) die Hälfte aller Online-Minuten auf Apps. Zum anderen macht Google den Mobilindex zum Hauptindex (<https://www.sistrix.de/news/mobile-first-google-macht-den-mobilindex-zum-hauptindex/>).

#Mobile first

Das heißt konkret: Die mobile Website ist Pflicht! Unternehmen, die keine haben, fallen aus der Sichtbarkeit des Mobilindex und damit dem Hauptindex, der alle Webadressen der Suchmaschine beinhaltet, die in der Ergebnisliste angezeigt werden. Hier bleibt Google konsequent: Ab jetzt stellt sich nicht mehr die Frage, ob es zur Desktop Version der Website eine mobile Variante gibt, sondern umgekehrt. Der Mobile Index und generell das Thema Suchmaschinenoptimierung, vor allem die mobile SEO, erlangen damit massiv an Bedeutung.

#SEO-Maßnahmen

Wir gelangen hiermit automatisch zum nächsten Trend: Die Onpage-Optimierung. Maßnahmen auf der Website selbst werden wichtiger als je zuvor. Was zählt ist neben technischen Aspekten ganz besonders die Qualität des Inhaltes. Das Stichwort heißt Content Marketing – aus zweierlei Perspektiven. Zum einen muss der Content so aufbereitet sein, dass Websites gefunden werden. Zum anderen muss der Content zielgruppenspezifisch gestaltet werden, um eine hohe Verweildauer zu erreichen. Auch Visualität spielt dabei eine wichtige Rolle, da das Gehirn Bilder schneller als Text verarbeiten kann. Ansprechende Bilder, Infografiken oder auch Tools wie 360-Grad-Darstellungen schaffen Aufmerksamkeit.

Nicht zu vergessen: Die Offpage-Optimierung – und zwar nicht mehr nur für Google allein. Neben der meist verwendeten Suchmaschine spielt inzwischen ein weiterer Riese im SEO-Kosmos eine große Rolle:

Amazon. Vertikale Suchmaschinen und Trafficquellen werden somit in 2017 noch wichtiger.

#Onlineshops und standortbezogene Werbung

Wir nähern uns mit dieser Entwicklung zwei wichtigen Aspekten: Individualisierung und Personalisierung. Kunden möchten Angebote – passgenau und exakt zugeschnitten. Verwenden Unternehmen ihre Daten richtig (und zugleich sensibel), schaffen sie völlig neue Erlebnisse für Kunden. Das gilt zum einen für Onlineshops: Diese sollten individuell ausgerichtet sein und genau die Aspekte bieten, die wir uns selbst wünschen. Sowohl für Onlineshops als auch im stationären Handel können Unternehmen Daten dazu nutzen, den Kunden persönlich anzusprechen. Eine große Chance besonders für den lokalen Handel, der so eine Brücke zwischen analog und digital schlagen kann. Das Stichwort lautet „Standortbezogene Werbung“ bzw. „Location-based Services“.

#Künstliche Intelligenz

Das Thema künstliche Intelligenz ist zwar noch immer ein experimentelles Feld, doch wir sind bereits soweit, dass zum Beispiel Bots den Kundenservice übernehmen können. „Machine Learning“ hält ebenfalls Einzug in den SEO-Kosmos – seit neuestem auch in die Google-Suche. Damit kündigt sich bereits eine neue Ära an, die vielleicht noch in 2017 den Trend „Mobile First“ vom Thron verdrängt.

Über die Greven Medien GmbH & Co. KG

Die Greven Medien GmbH & Co. KG ist bereits seit 1828 Partner für Unternehmen im lokalen Marketing. Als 360-Grad-Dienstleister bietet Greven kompetente Beratung bei lokalem Marketing im On- und Offline-Bereich sowie weitere Services, wie die Website-Erstellung, Suchmaschinenwerbung und -optimierung sowie Social-Media-Angebote. Greven Medien pflegt über 30.000 Kundenbeziehungen im Rheinland.

■ Beitrag von Herrn Patrick Hünemohr, Geschäftsführer, Greven Medien GmbH & Co. KG, Köln, 18.1.2017

Content Marketing für lokale Gewerbetreibende

Was ist die größte Herausforderung für lokale Gewerbetreibende? Das Herstellen von langfristigen und belastbaren Kundenbeziehungen. Laufkundschaft ist eine gute Sache. Basis eines erfolgreichen lokalen Geschäfts sollten aber unbedingt wiederkehrende Kunden sein, für die „ihr Geschäft“ zum ersten Ansprechpartner beim jeweiligen Bedarf wird. Das gilt für lokale Händler, für Ärzte und Anwälte, Handwerker und Friseure bis hin zu lokalen Medien und Gaststätten. Da sich die vorhandene potentielle Kundschaft nicht beliebig vergrößern lässt, sind belastbare Stammkundenbeziehungen das A und O. Das vorhandene Kundenpotential muss langfristig und nachhaltig ausgeschöpft werden.

Wie lässt sich dieses Vertrauen erwerben und halten? Wie lassen sich dauerhafte Kundenbeziehungen herstellen und entwickeln? Zunächst natürlich über das angebotene Produkt und die erbrachte Dienstleistung selbst. Wer hier nicht die erwartete und versprochene Qualität liefert, ist schnell aus dem Spiel und wird von besseren Anbietern verdrängt. Aber auch das beste Angebot hilft dem Anbieter letztlich nichts, wenn es den richtigen potentiellen Kunden unbekannt ist. Ein klassisches Mittel, Angebote in der Zielgruppe bekannt zu machen, ist Werbung. Werbung ist für saisonbezogene und v. a. abverkaufsorientierte Aktionen und Produkte auch nach wie vor unentbehrlich.

Konventionelle Werbung ist jedoch nicht zwangsläufig das beste Mittel, um langfristiges Vertrauen aufzubauen. Denn potentielle Kunden misstrauen zunehmend den üblichen „Kauf-mich-Botschaften“ der Werbung. Deshalb ist auf die Interessen und Bedürfnisse lokaler Zielgruppen abgestimmtes Content Marketing ein idealer Weg, um klassische Werbemaßnahmen zu flankieren und zu vertiefen.