

# MARKETING GRUNDAUSSTATTUNG WEBSITE | GOOGLE & CO.

## ERHÖHEN SIE IHRE SICHTBARKEIT

Mit diesem kurzen Überblick geben wir Ihnen einige grundlegende Marketing-tipps an die Hand, um für Ihre Kundschaft sowie für Ihre Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner sicht- und identifizierbar zu sein. Weiterführende Maßnahmen sollten gezielt auf die Branche und Zielgruppe Ihres Unternehmens abgestimmt und gegebenenfalls von einem Fachmann umgesetzt werden.

## CORPORATE DESIGN

Für einen professionellen Unternehmensauftritt ist ein konsistentes Erscheinungsbild basierend auf einem zum Unternehmen passenden Corporate Design unerlässlich.

Das bedeutet, das visuelle Erscheinungsbild (Logo, Typografie, Hausfarbe) eines Unternehmens sollte durch Gestaltungsvorgaben bei allen Veröffentlichungen (Briefbogen, Email, Website, Flyer etcetera) gleich aussehen, um einen Wiedererkennungswert bei den Zielgruppen Ihrer Aktivitäten zu erzielen.



## GOOGLE-UNTERNEHMENSPROFIL

Der Marktanteil der Google-Suchmaschine lag im Mai 2023 deutschlandweit bei 90,21 Prozent. Ihr Unternehmen sollte sowohl bei der Suche in Google Maps zu finden sein als auch ein gutes (zumindest lokales) Ranking in der Browsersuche bei Google erzielen.

Erstellen Sie ein Google-Unternehmensprofil: Wir empfehlen Ihnen, Ihren Eintrag möglichst vollständig auszufüllen und aktuell zu halten, dies hat positiven Einfluss auf das Ranking Ihres Unternehmens in den lokalen Suchanfragen bei Google.



## UNTERNEHMENS E-MAIL-ADRESSE

Richten Sie sich eine eindeutige, möglichst einfache und nicht zu lange E-Mail-Adresse ein.

Wir empfehlen Ihnen, Ihre Geschäftstätigkeit nicht mit einem kostenlosen Konto der einschlägigen Anbieter zu beginnen.

Eine auf Ihrem Unternehmensnamen basierende Mailadresse wie `maria.musterfrau@musterunternehmen.de` wirkt seriöser und baut Vertrauen auf.

## WEBSITE

Die Online-Präsenz ist heutzutage die erste Visitenkarte Ihres Unternehmens. Eine aussagekräftige, zeitgemäße Website ermöglicht es Ihren Kunden, sich über Ihr Unternehmen zu informieren und sich ein Bild zu machen.

Die Website-Erstellung verschlingt keine extrem hohen Kosten mehr, Baukästen bieten für den Anfang und gegebenenfalls auch längerfristig eine gute Alternative.

Programmierkenntnisse sind keine erforderlich, mit einer gewissen Affinität ist in wenigen Stunden eine ansprechende Website erstellt.

Falls Sie nicht selber tätig werden wollen, empfiehlt es sich, einen Website-Programmierer zu beauftragen. Die Kosten für einen professionellen Programmierer sind höher, versprechen aufgrund der Professionalität aber auch sehr schnell Erfolge mit der Website.

## VISITENKARTEN

Neben der digitalen Visitenkarte hat die klassische, physische Visitenkarte noch immer ihre Berechtigung und ist in Unternehmerkreisen nach wie vor üblich.



Binden Sie über einen QR-Code die Daten der Visitenkarte ein, damit Ihr Gegenüber den Kontakt direkt auf dem Smartphone speichern kann. So kombinieren Sie die klassische Variante mit der digitalen Welt.

## NUTZEN SIE KLASSISCHE UND DIGITALE MARKETINGMASSNAHMEN FÜR IHREN UNTERNEHMENSERFOLG

Die hier aufgeführten Maßnahmen geben nur einen ersten Einblick in grundlegende Marketingmaßnahmen. Falls Sie weiterführende Fragen zum Thema Marketing, auch in Bezug auf komplexere Themen wie VR, AI und Chat GPT haben, stehe ich Ihnen gerne unterstützend zur Seite oder nenne Ihnen Quellen, damit Sie Ihr Vorhaben umsetzen können.



Michael Rentergent  
Projektmanager Standortmarketing

Stadt Viersen | Wirtschaftsförderung  
Talstrasse 27 | 41751 Viersen

02162 101-220 | michael.rentergent@viersen.de | www.viersen.de

Auch bei Visitenkarten müssen Sie keine hohen Summen investieren, um präsent zu sein. Online-Druckereien bieten mittlerweile eine große Auswahl an verschiedenen Papierarten und Veredelungsmöglichkeiten, sodass hochwertige Ergebnisse zu günstigen Konditionen erzielt werden können.

## SOCIAL MEDIA

Abhängig von der Branche Ihres Unternehmens sollten Sie zu Anfang mindestens einen Social Media-Kanal bedienen.



Facebook gilt als Standard-Social-Media-App, bei der jüngeren Zielgruppe ab 14 Jahren sind die Nutzerzahlen jedoch seit Jahren rückläufig. Hier empfiehlt es sich, die in dieser Zielgruppe angesagten Kanäle (Video: TikTok, Youtube, Fotos: Instagram) zu bespielen.

Als Unternehmensnetzwerk hat LinkedIn mittlerweile Xing abgelöst und verzeichnet zunehmende Nutzerzahlen. Da dieses Netzwerk ausschließlich im beruflichen Bereich Verwendung findet, sind die absoluten Zahlen im Vergleich zu anderen Netzwerken aber eher geringer.