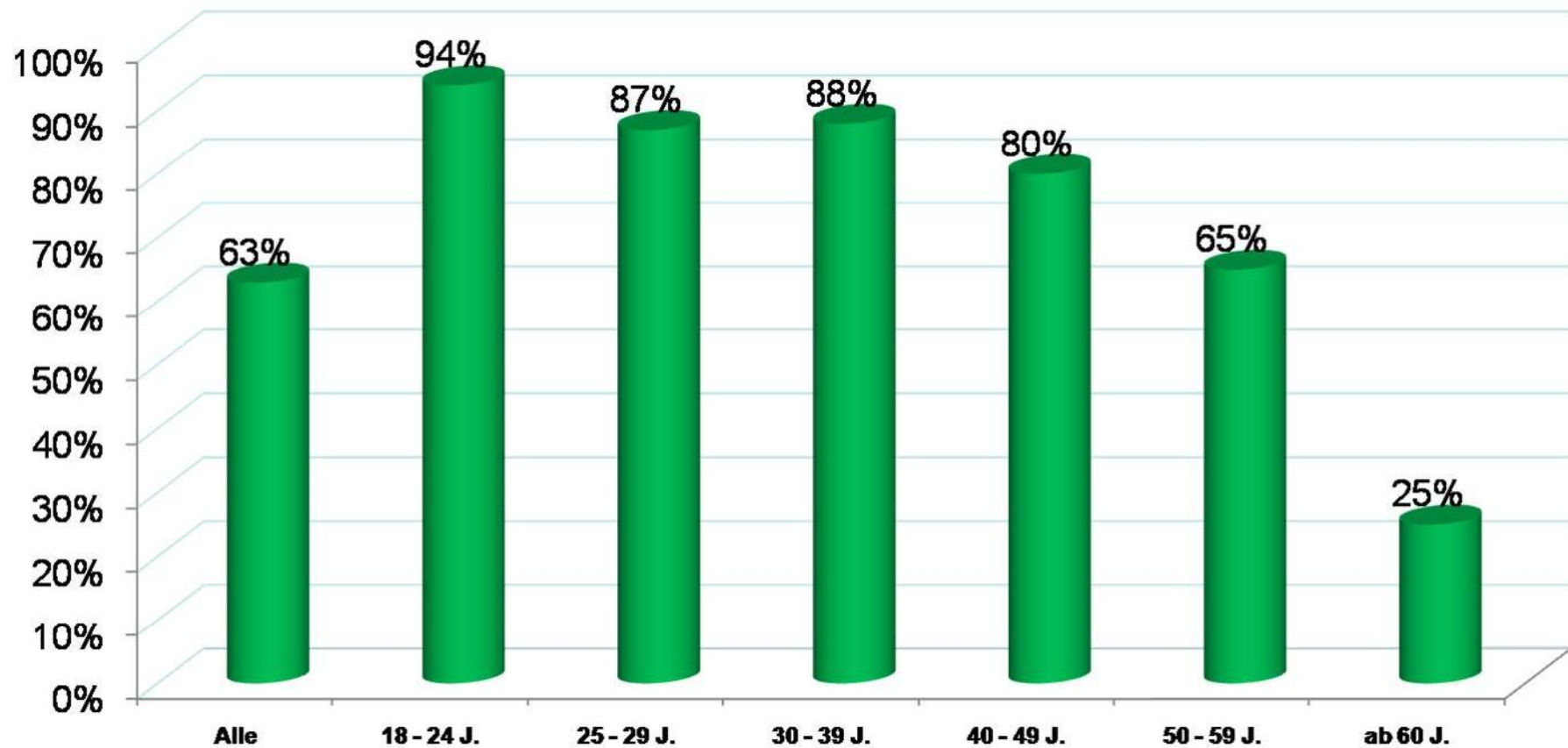


# Internetmarketing

## - Die Zukunft liegt im Web 2.0

# Internet-Zugang nach Altersgruppen



Quelle:  
Forschungsgruppe Wahlen 10-12/2007, deutsche Erwachsene (n=3.916)

# Der digitale Mensch - die neue Internetgeneration!



# Was bedeutet diese Entwicklung für KMU's

- Wir können unsere Zielgruppe zukünftig viel besser über das Internet erreichen.
- Wir müssen unser Marketingkonzept entsprechend anpassen! Das Internet muss zukünftig noch stärker in das eigene Marketing eingebunden werden.
- Wir müssen unsere Vertriebskanäle anpassen! „Bei 31,3% der Käufe in Online-Shops wurden vorher im Geschäft Produktinformationen eingeholt.“ (E Commerce Center Handel 2006, Dr. Kai Hudetz)
- Wir müssen unserer Zielgruppe im Internet einen „Mehrwert bzw. Zusatznutzen“ geben.
- Wir müssen unsere eigenen Einkaufskanäle und Prozesse anpassen!

# Das Internet hat Einfluss auf viele Prozesse



Eine Homepage schafft Verbindungen!

Ziel: Durch die Kommunikation über die Website sollen Anbieter und Interessenten zusammengeführt werden.

Fragestellung:

Welchen Mehrwert können wir als Anbieter unserem potentiellen Interessenten auf unsere eigenen Website geben?

## Mehrwert heißt...

- Unsere Homepage sollte zahlreiche Informationen über unser Unternehmen und unsere Produkte bzw. Dienstleistungen enthalten.
- Der Nutzer sollte die Möglichkeit haben die Homepage „aktiv“ nutzen zu können. (Online-Shop, Weblog, Newsletter, Kontaktmöglichkeit usw.)
- Die Homepage muss immer aktuelle Themen zeigen: z. B. aktuelle Veranstaltungen, Termine, Neuigkeiten aus dem Unternehmen, Pressemeldungen usw.
- Durch einen Newsletter der regelmäßig erscheint haben wir die Möglichkeit unsere Kunden zu informieren.

Kurz gesagt: „Die Homepage muss leben!“

# Wie mache ich meine Homepage bekannt?

- Suchmaschinenmarketing (SEM)? Eignet sich mehr für größere Unternehmen, da es sehr kostenintensive ist.
- Suchmaschinenoptimierung (SEO). Hier kommt es schon bei der Programmierung der Homepage darauf an, die richtigen META-Tags (Suchbegriffe) zu integrieren. Weiterhin achtet z. B. Google auch auf die Anzahl der eingehenden und ausgehenden Links.
- Klassische Werbung bzw. Werbemittel: Unsere Internetadresse sollte auf allen Visitenkarten, Flyern, Kundenzeitschriften, Werbeanzeigen Briefbögen usw. erscheinen.

# Kontakt

---

9

Kontakt:

Dipl.-Betriebswirt (FH)

Thomas Detzel

mailto:[thomas.detzel@finanzen-im-plus.de](mailto:thomas.detzel@finanzen-im-plus.de)

Internet: [www.finanzen-im-plus.de](http://www.finanzen-im-plus.de)

[www.thomas-detzel.de](http://www.thomas-detzel.de)

**FINANZEN IM PLUS**

Controlling · Organisation · Marketing · Finanzierung