

Rid Coaching Social Media für Gewerbetreibende am Standort Neumarkt in der Oberpfalz



Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Neust>

**RidCoaching, 29.03.2023 um 19.00 Uhr
im Bürgerhaus**

Philipp Schleef (cima.digital)

NEUMARKT t.o.OPF 
STARKE STADT

Digitale Stadt + Region

Kooperative Online-Strategie

Kommunale Digitalisierung

Online-Präsenz-Check

Online-Image-Analyse

Local Loyalty

Fachveranstaltung

Vortrag, Moderation,

Workshop

Online-Training



Quelle: unsplash.com/glennarstenspeters

1

Begrüßung & Vorstellungsrunde

2

Digitale Sichtbarkeit

3

Google My Business LIVE Beispiel

4

Instagram Kampagne

5

Offene Fragen

CIMA Beratung + Management GmbH



- gegründet 1988
- 9 Standorte in Deutschland
- ca. 90 Mitarbeiter
- **cima.digital (seit 2019)**
- unabhängig und partnergeführt
- CIMA Institut für Regionalwirtschaft
- CIMA Österreich

cima.digital: Digitalisierungskompetenz – umfangreiche Erfahrungen im Einsatz digitaler Medien und Instrumente (z. B. Besucherinformationssysteme, Partizipation, regionale/lokale Informationsplattformen, Modellprojekt Digitale Einkaufsstadt Bayern, Local Loyalty)

Das Projektbüro **cima.digital** mit Sitz in Frankfurt am Main richtet seinen Fokus auf kooperative Online-Strategien für Städte, Regionen und Handel. Dabei stehen sowohl technisch-konzeptionelle bzw. infrastrukturelle Fragestellungen wie auch Belange des Veränderungsmanagements und der Qualifizierung von Akteuren aus Kommunen, Stadtmarketing/Citymanagement-Organisationen, Gewerbe und Wirtschaftsförderungen im Vordergrund.



Philipp Schleef, B.A. Wirtschaftspsychologie

Berater cima.digital

- Selbständiger Eventmanager seit 2006
- Projektmanager in der Wirtschaftsförderung Pfaffenhofen an der Ilm seit 2015
- Projektinhaber Digitale Einkaufsstadt Pfaffenhofen 2016 – 2021

Themenschwerpunkte

- Experte Digitale Stadt und Lokale Online Marktplätze
- Berät stationäre Einzelhändler in der Digitalisierung und im Social Media Marketing
- Workshops für Google, Webpräsenz und Digitale Erreichbarkeit

Zielsetzung des heutigen Abends

Durchführung eines Digitalcoachings

Auch nach der Corona-Pandemie ist das Interesse der Bürger*innen an den Angeboten lokaler Gewerbetreibender hoch.

Andererseits sind aber auch die Erwartungen der Bürger*innen, Kund*innen und Gäste an die Stadt Neumarkt und die lokalen Gewerbetreibenden gerade in Bezug auf die Bereitstellung digitaler Informationsquellen und Services gestiegen.

Ziele sind, die „digitale Sichtbarkeit“ deutlich zu verbessern, den Bürger*innen mehr Informationen mit einer höheren Transparenz zu bieten, sowie die Identifikation mit lokalen Betrieben und Angeboten zu erhöhen.

Um diesen anspruchsvollen, aber notwendigen Weg zu beschreiten und insbesondere die Unternehmen fit für die bevorstehenden Aufgaben zu machen, bieten wir ein Digitalcoaching für Gewerbetreibende am Standort Neumarkt in der Oberpfalz an.



Quelle: unsplash.com/glennarstenspeters

1 Begrüßung & Vorstellungsrunde

2 Digitale Sichtbarkeit

3 Google My Business LIVE Beispiel

4 Instagram Kampagne

5 Offene Fragen

Damit sollten wir uns mal beschäftigen...

Die Digitalisierung ist auch im Alltag spürbar!



Früher wurden die Nasen
am Schaufenster platt gedrückt ...



... und heute am Smartphone!

Digitale Sichtbarkeit: Was ist das?

Was sagt die KI dazu?



The screenshot shows the ChatGPT website interface. The browser address bar displays "https://openai.com/chat". The main content area features the "ChatGPT" logo at the top, followed by three columns: "Examples", "Capabilities", and "Limitations".

Examples	Capabilities	Limitations
• "Explain quantum computing in simple terms" →	• References what you ask and what is the conversation	• My responses generate incorrect information
• "Get my credit score for a 10 year period without" →	• Writes code to provide follow-up questions	• My responses produce harmful instructions or biased content
• "How do I make an HTTP request in JavaScript?" →	• Trained to exclude inappropriate requests	• Limited knowledge of events and facts after 2021

At the bottom of the page, there is a text input field and a "Send" button. A footer contains the text: "© 2022 OpenAI. All rights reserved. OpenAI is a leader in research and development of artificial intelligence. Our mission is to ensure that artificial general intelligence benefits all of humanity." The left sidebar contains navigation options: "New chat", "Upgrade to Plus", "Dark mode", "Privacy & Help", and "Log out".

Digitale Sichtbarkeit: Was ist das?

In anderen Worten...

- Resultat aller Online-Marketing-Maßnahmen, die zur **Auffindbarkeit eines Unternehmens im Internet** beitragen
- Zusammenspiel **mehrerer Kanäle**, über die die **Zielgruppe** erreicht werden soll
- Mittel, die bei der Verbesserung der **Bekanntheit, Erreichbarkeit, Kundengewinnung und -bindung und Markenidentität** helfen
- Grundlage für **Wettbewerbsfähigkeit**

Digitale Sichtbarkeit: Warum ist das wichtig?

Mehr als ein Drittel der Befragten kauft bevorzugt online ein

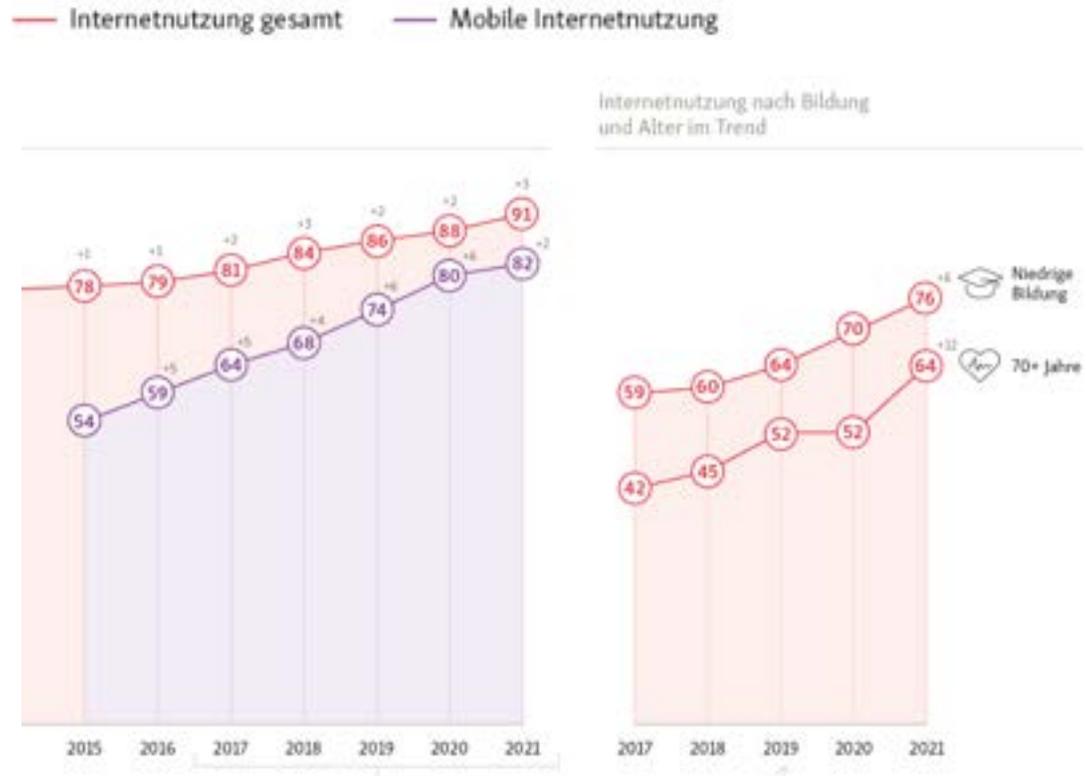


n = 1.014

Digitale Sichtbarkeit: Warum ist das wichtig?

Mobile First – Kundschaft ist mobil

Entwicklung der Internetnutzung gesamt und der mobilen Internetnutzung



Digitale Sichtbarkeit: Warum ist das wichtig?

Mediennutzung früher und heute



Heute:

Immer wieder kurz reinschauen

Früher:

Zu geregelten Zeiten reinschauen

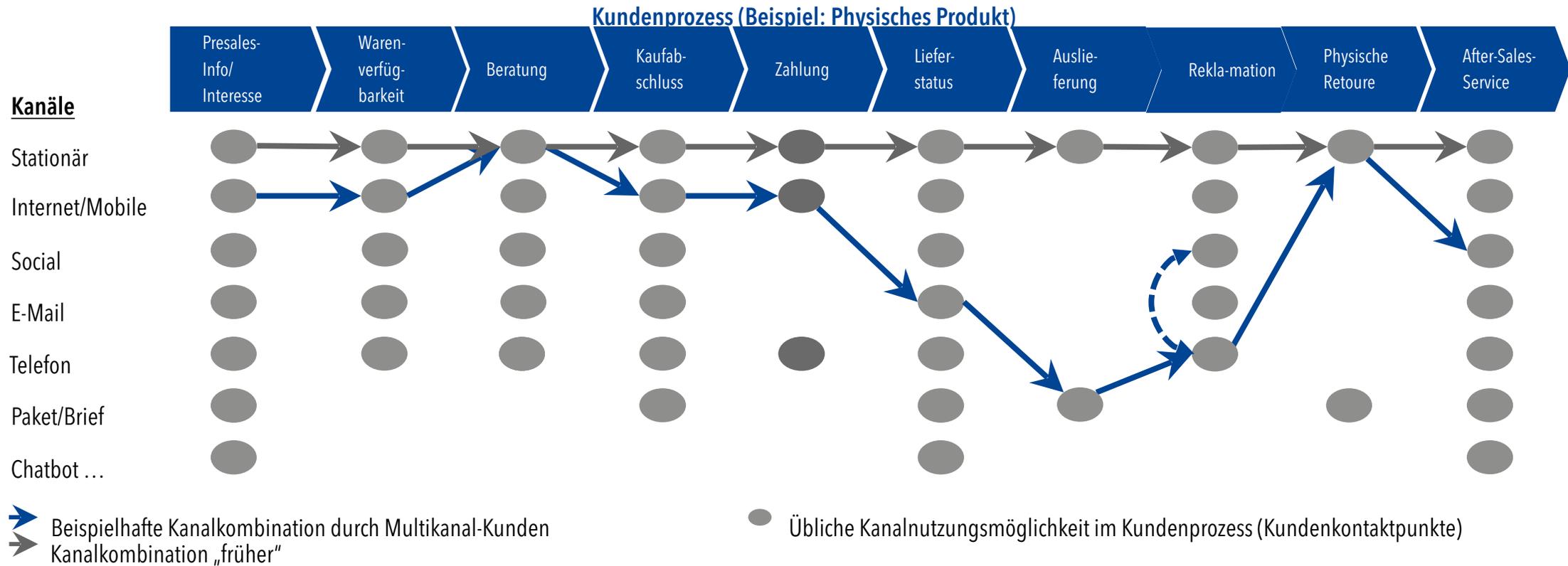
Digitale Sichtbarkeit: Warum ist das wichtig?

Der moderne Online-Kunde will schnelle, knappe und klare Informationen

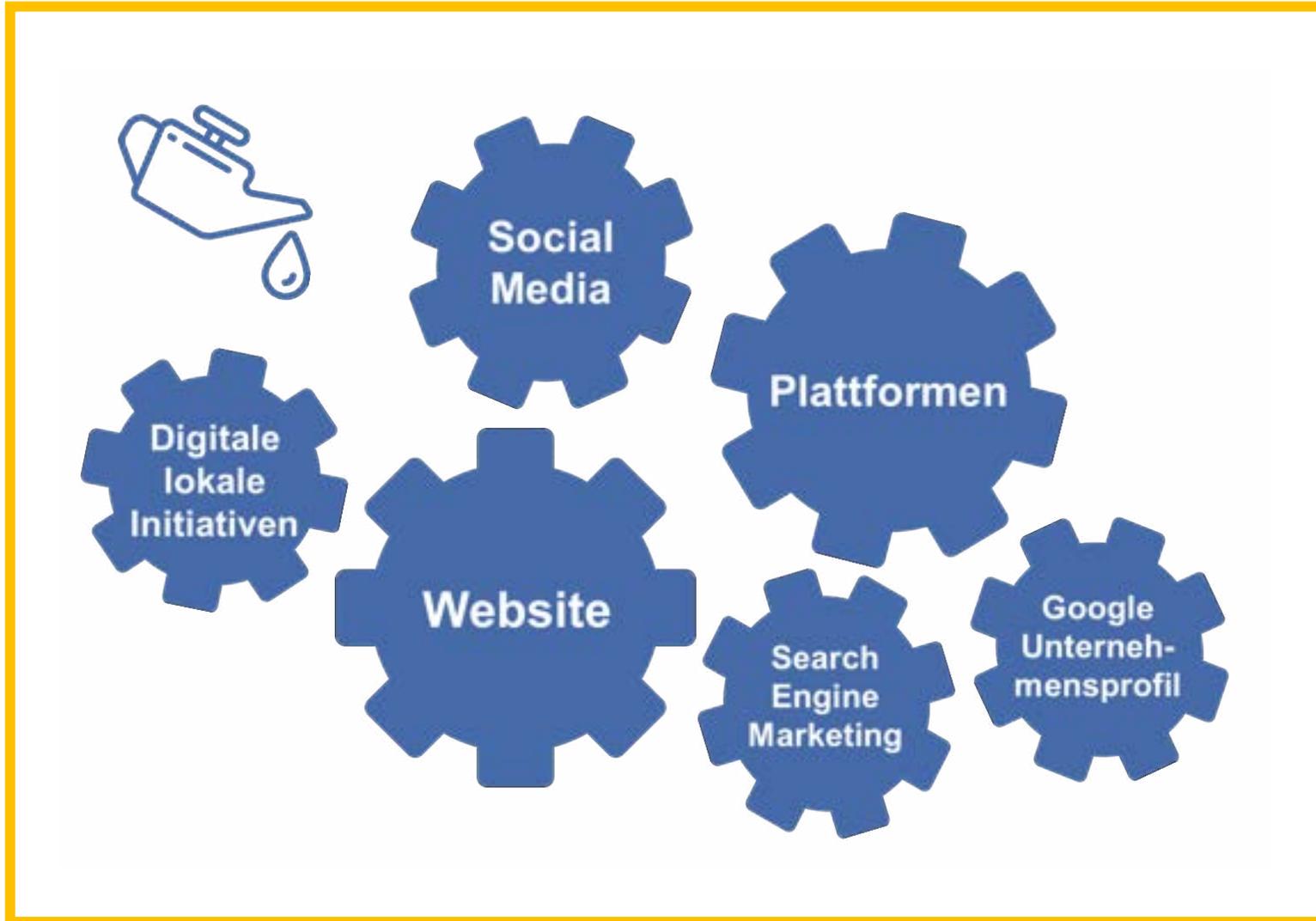
- Kurze **Aufmerksamkeitsspanne** des Menschen: 12 Sekunden (2000) – 8 Sekunden (2015) – 2,5 Sekunden (2022)
- Durch die Masse an Informationen kann der moderne Kunde **sehr schnell aussortieren**
 - ☐ Kundschaft muss **gezielt angesprochen** werden
- Beispiele:
 - Videos werden im Durchschnitt 2 Minuten 42 Sekunden lang angesehen
 - Texte werden nur zu 28% gelesen
 - Wenn die Wahl zwischen Video und Text besteht, bevorzugt mehr als die Hälfte Video

Digitale Sichtbarkeit: Warum ist das wichtig?

Komfort ist wichtig – auch bei der Wahl des Einkaufskanals

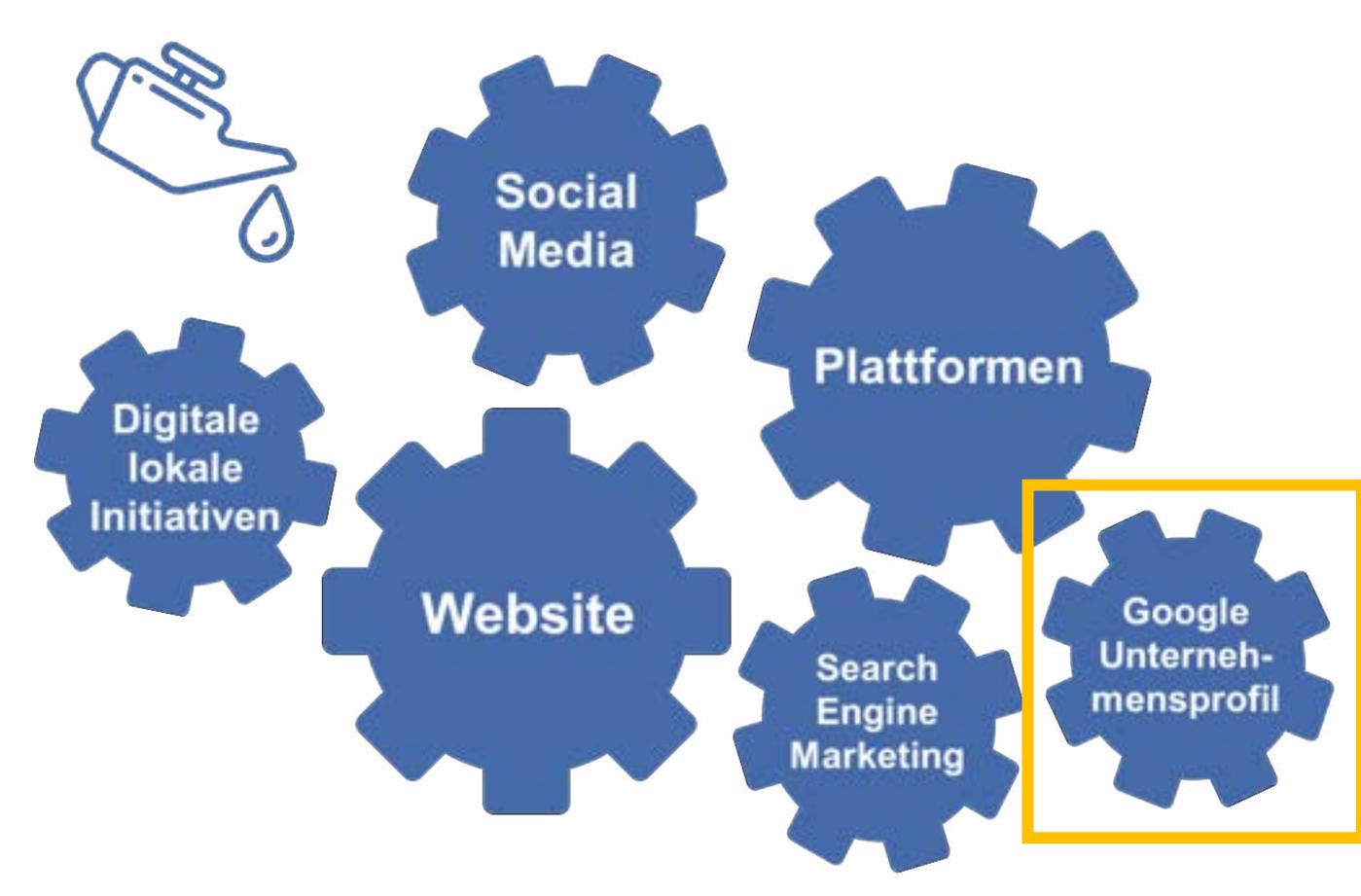


Digitale Sichtbarkeit: Wie gehe ich vor?



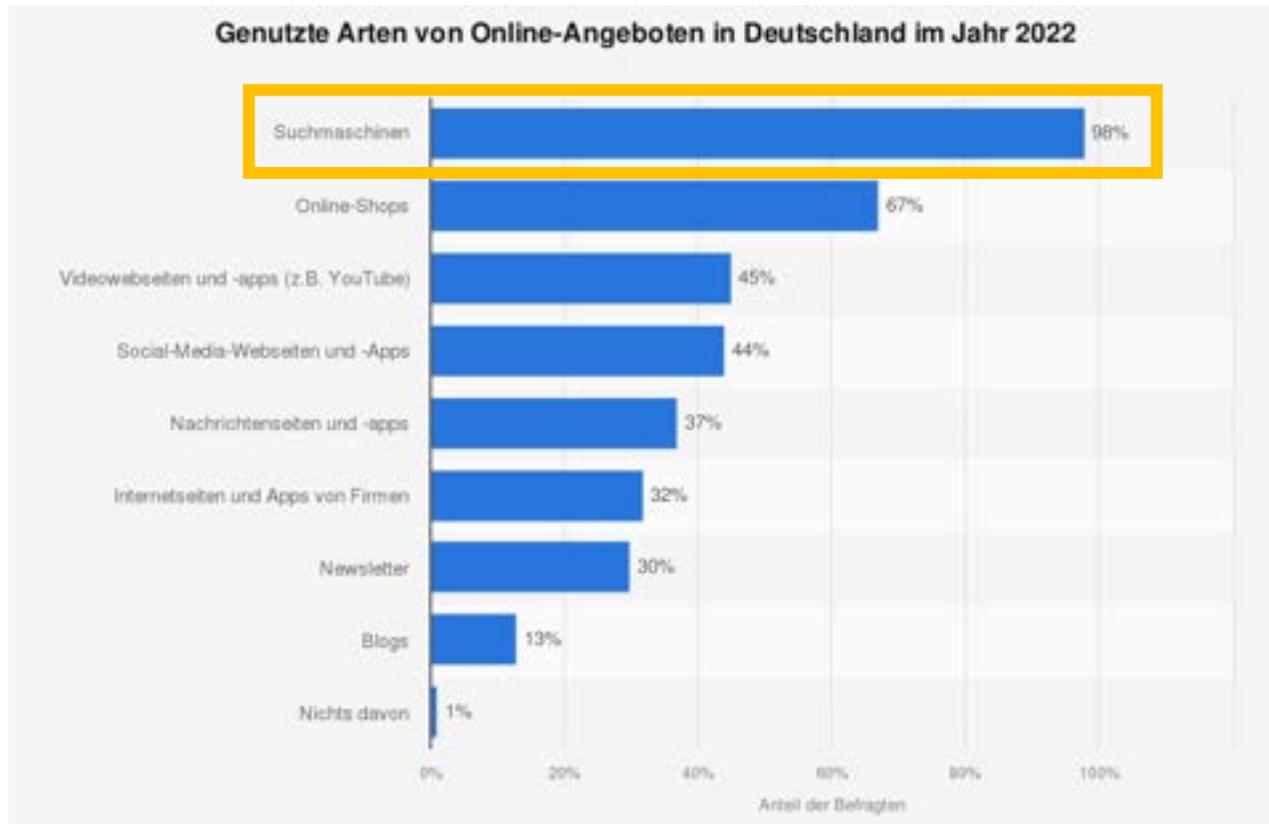
**Das Gesamtkonzept
ist entscheidend!**

Google-Unternehmensprofil



Google-Unternehmensprofil

Absichten im Internet



Google-Unternehmensprofil

Ein Google-Unternehmensprofil ermöglicht die kostenlose Präsentation Ihres Unternehmens innerhalb der weltweit meistgenutzten Suchmaschine und ermöglicht einen Überblick über die angebotenen Produkte und/oder Dienstleistungen, die Sie bereitstellen, u.a. durch:

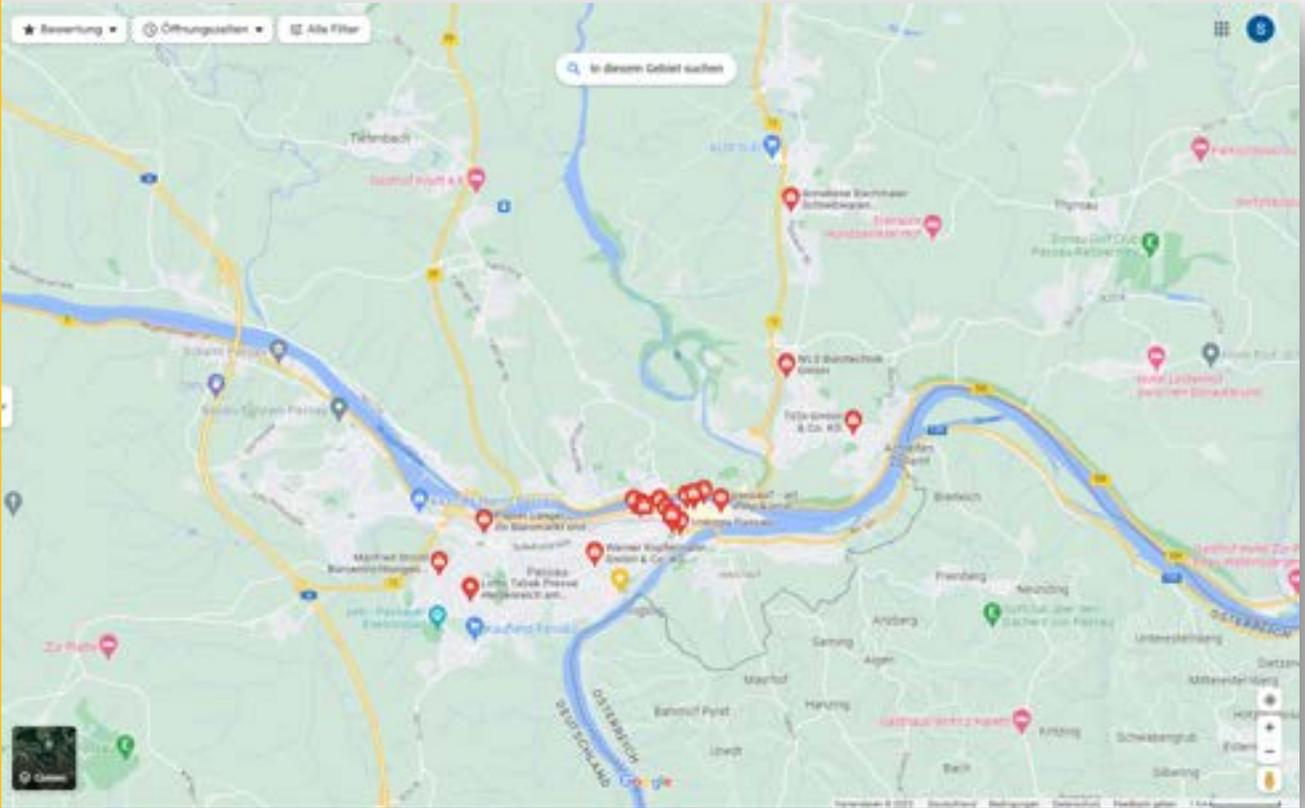
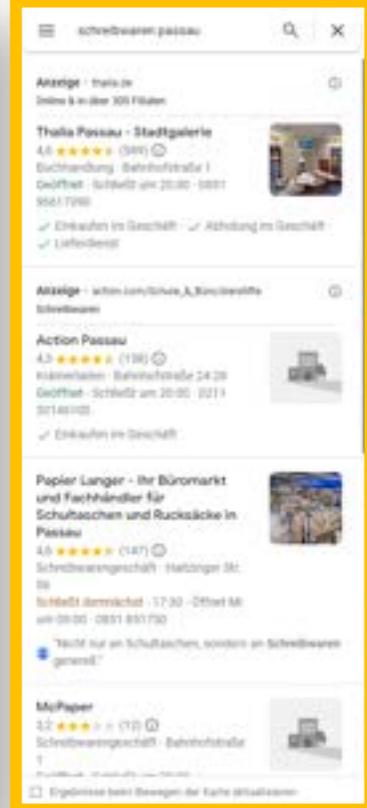
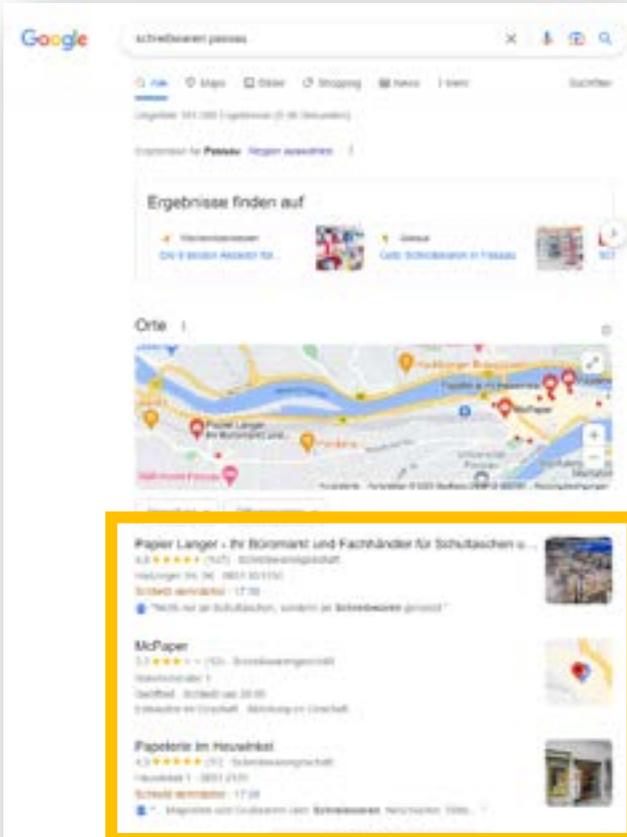
- Möglichkeiten zur **Kontaktaufnahme**
- **Bewertungen**
- Veröffentlichung von **Produktfotos**
- Bewerbung von **Sonderangeboten**
- Direkte Anbindung an **Google-Innovationen**
- Zusatzoption: Erstellung einer **Google-Unternehmenswebsite**

Einfach online
gefunden werden
- mit Ihrem
kostenlosen
Unternehmens-
profil auf Google

Mit einem kostenlosen Unternehmensprofil für Ihre Außenansicht oder Ihr Einzugsgebiet können Sie Menschen, die Ihr Geschäft in der Google Suche oder auf Google Maps finden, als Kunden gewinnen. Personalisieren Sie Ihr Profil mit Fotos, Angeboten, Beiträgen und mehr.

Jetzt verwalten

Google-Unternehmensprofil



Über das Google-Unternehmensprofil (Google Business Profile; GBP) generierte **Inhalte** werden in den **Google-Suchmaschinenergebnissen** und auf **Google Maps** **prominent angezeigt**.

Google-Unternehmensprofil

Kategorie

Adresse

Öffnungszeiten

Telefonnummer

Fotogalerie

Bewertungs-
übersicht

Schuhhaus Nertinger

Website Route Speichern

4,6 ★★★★★ 7 Google-Rezensionen
Schuhgeschäft in Mindelheim, Bayern

Adresse: Maximilianstraße 52, 87719 Mindelheim
Öffnungszeiten: **Geschlossen** · Öffnet um 09:30 Mi +
Telefon: 08261 1740
[Änderung vorschlagen](#)

Kennst du diesen Ort? Kurze Fragen beantworten

Fragen und Antworten
Als Erster eine Frage stellen [Fragen stellen](#)

An mein Smartphone senden [Senden](#)

Bewertungen [Rezension schreiben](#)

5	★★★★★	4,6
4	★★★★	
3	★★★	
2	★★	
1	★	

7 Rezensionen



"Das kann Dir kein Internet Kauf bieten! ich komme auf jeden Fall wieder!"



"Da gib'ts auch Doc Martens!!!"

Google-Bewertungen



Peter Kühnel

14 Rezensionen · 5 Fotos

★★★★★ vor 9 Monaten

Sehr guter Service, schnell und unkompliziert, sehr gute Beratung!
Das kann Dir kein Internet Kauf bieten! ich komme auf jeden Fall wieder!

Gefällt mir



Hotscher Nitzl

Local Guide · 53 Rezensionen · 10 Fotos

★★★★☆ vor 5 Monaten

Da gib'ts auch Doc Martens!!!

1



Feel_the_difference

9 Rezensionen · 5 Fotos

★★★★★ vor 10 Monaten

Super Auswahl und sehr freundlich

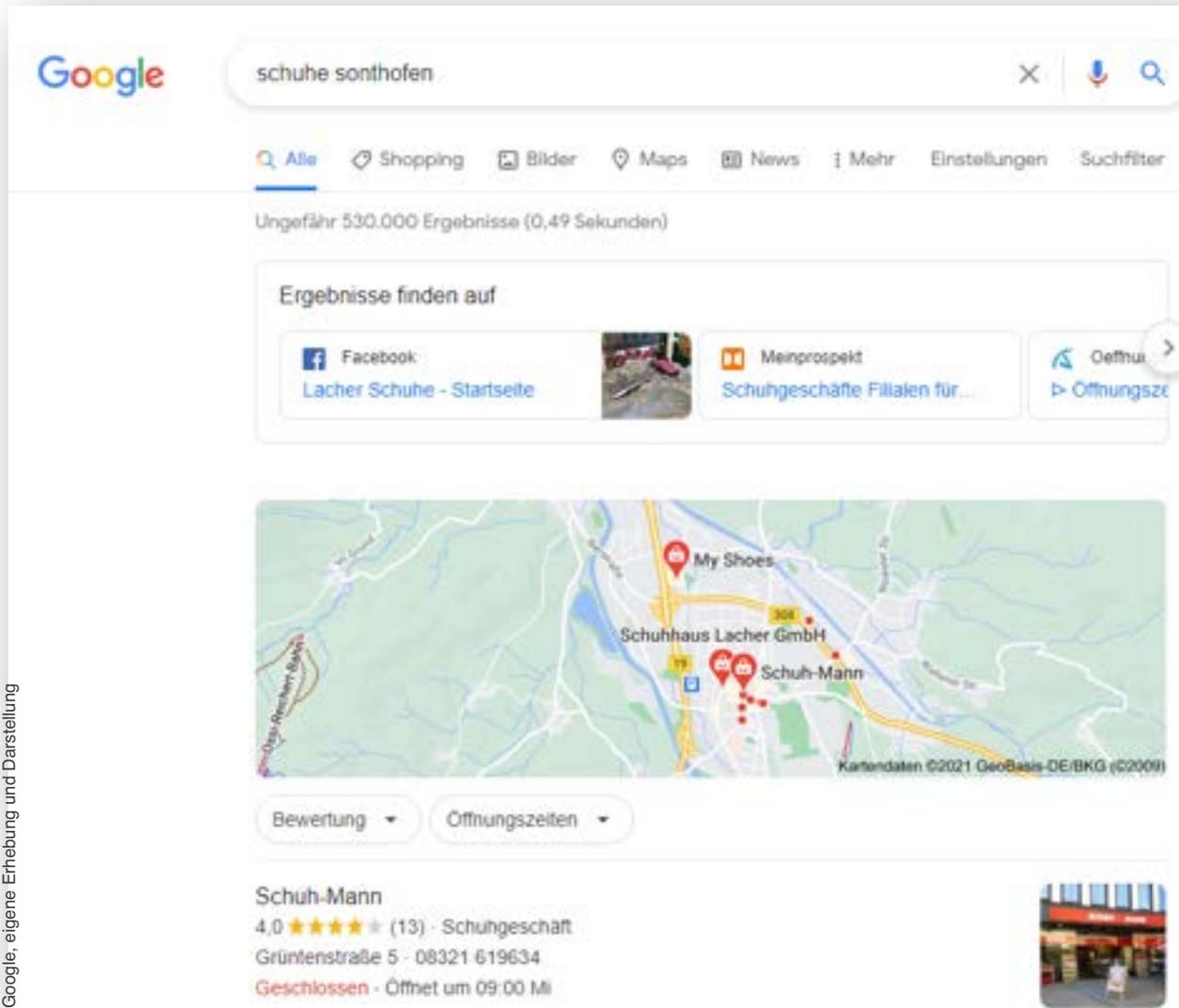
Gefällt mir

[Mehr Google-Bewertungen](#)

Bewertungen

Google My Business – Unternehmensprofil / GoogleMaps

Sichtbarkeit: Google My Business



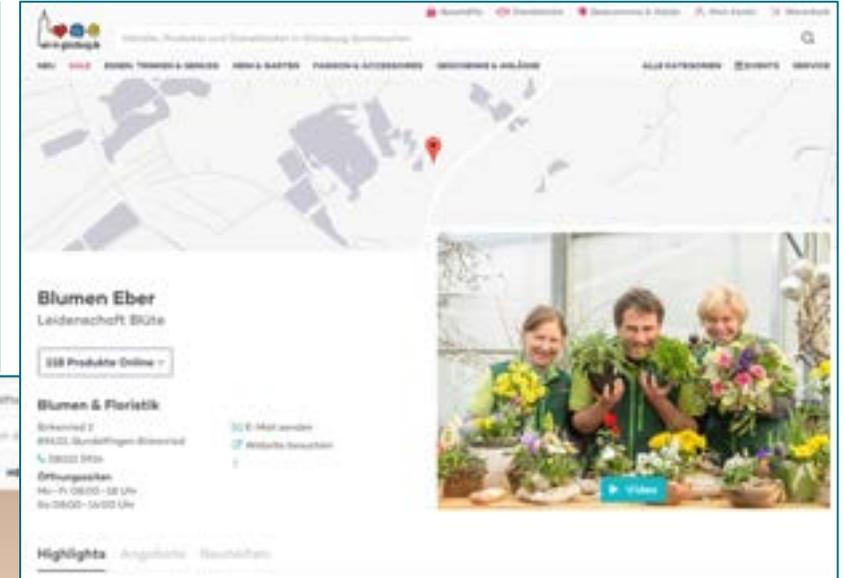
Die Online-Sichtbarkeit wird vor allem über Inhalte erhöht, nicht über Firmenadressen und Telefonnummern allein.

Google My Business

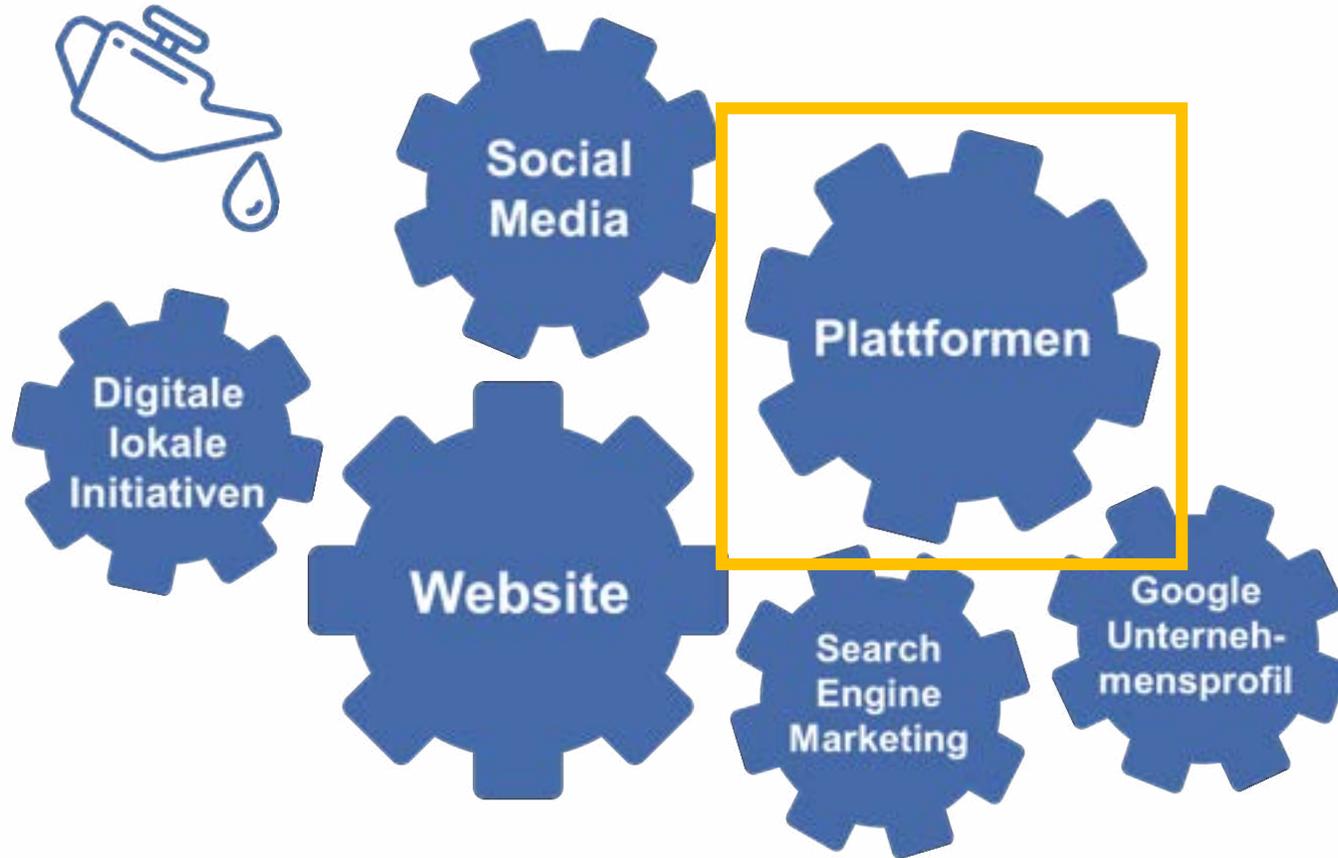
Die erste Webseite im Netz

Darauf müssen Sie achten:

- Art und Weise der Darstellung von Informationen:
 - Bildsprache
 - Tonalität
 - redaktionelle Qualität der Inhalte
- Umfang und Intensität der Kontaktaufnahme mit einem Besucher / Interaktionsmöglichkeiten mit dem Unternehmen



Plattformen



Plattformen

Große Marktplätze bespielen

The image shows the Amazon.de homepage with a red 'SALE fashion' banner. Below the banner are four promotional tiles:

- Vincent Gross: Neues Album**: A tile featuring a photo of Vincent Gross with the text 'Jetzt streamen' at the bottom.
- Premiumversand, Prime Video und mehr**: A tile with an illustration of a cardboard box, a Prime Video logo, and a smartphone, with the text 'Prime 30 Tage kostenlos nutzen' at the bottom.
- Zubehör für Kindle, Fire und Echo**: A tile with a photo of a person using a tablet, with the text 'Jetzt entdecken' at the bottom.
- Zum Einkaufen bitte anmelden**: A yellow button with the text 'Sichere Anmeldung'.

Below the 'Zum Einkaufen bitte anmelden' tile is a Samsung advertisement for Galaxy Buds Pro with the text 'Dein Moment. Dein Pro-Sound.' and a 'Jetzt kaufen' button.

Plattformen

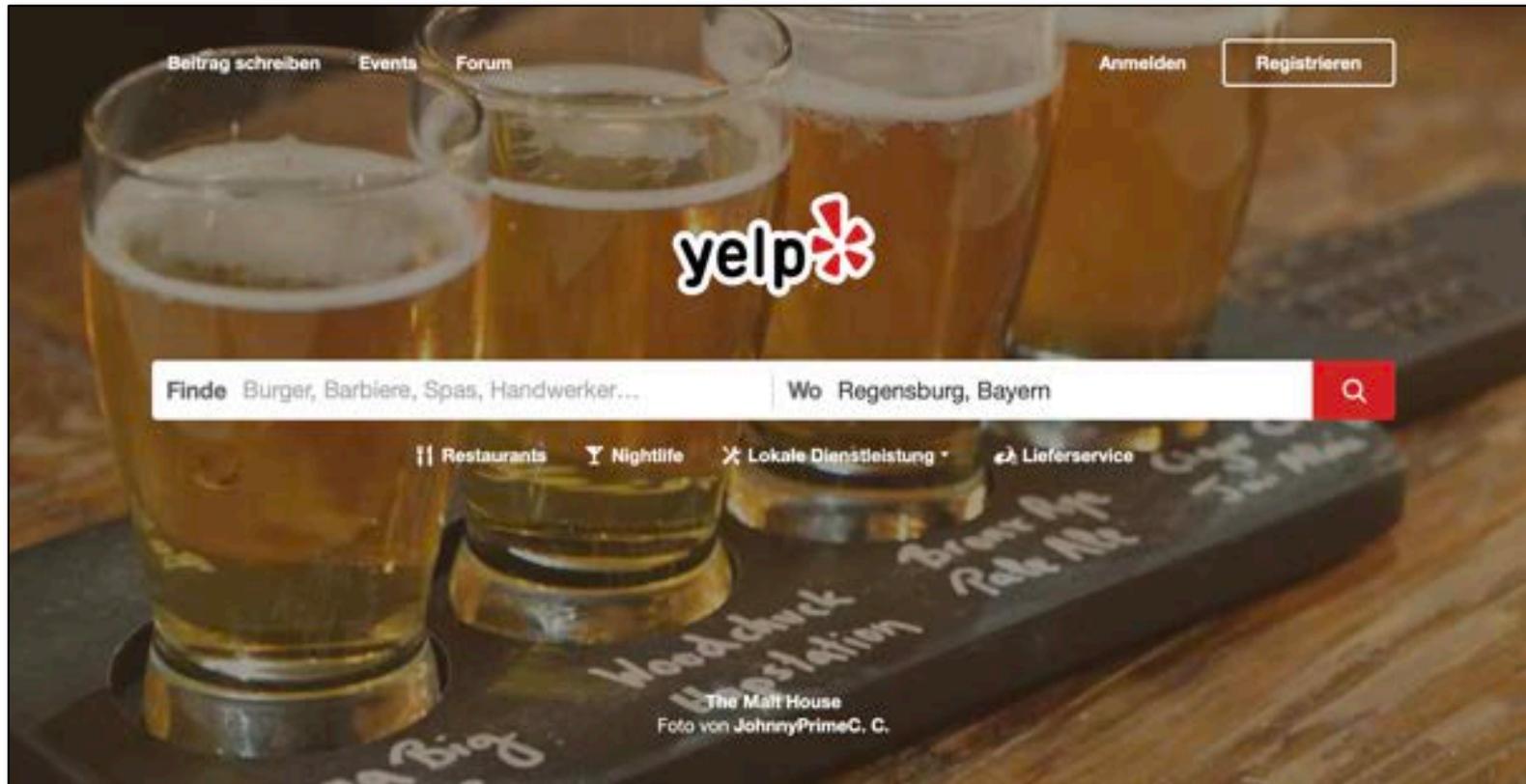
Große Marktplätze bespielen

MARKETPLACES DACH 2020



Plattformen

Große Marktplätze bespielen



Plattformen

Große Marktplätze bespielen

The image shows the Etsy website interface. At the top, the Etsy logo is on the left, followed by a search bar containing the text "Ich suche nach:". To the right of the search bar are icons for "Einloggen", a German flag, a heart, and a shopping bag. Below the search bar is a horizontal navigation menu with categories: "Vatertagsgeschenke", "Schmuck & Accessoires", "Kleidung & Schuhe", "Haus & Wohnen", "Hochzeit & Party", "Spielzeug & Unterhaltung", "Kunst & Sammlerstücke", "Kreativbedarf", and "Geschenke".

A large pink banner below the navigation menu features the text "Hol dir frühlingsfrische Inspo von kleinen Shops." and six circular icons representing different product categories: "Vatertagsgeschenke", "Wohndeko", "Möbel", "Schmuck", "Wanddeko", and "Kreativbedarf".

Below the banner, there are two sections of product listings. The first section is titled "Kürzlich von dir angesehen & mehr" and displays a grid of items including quilts and a book titled "Blake Brown". The second section is titled "Mehr aus dem Shop Butterflickerstücke anzeigen" and shows a grid of various quilts. Each product listing includes a price tag, such as "180,00 €", "20,24 € (30% Rabatt)", "ab 6,54 €", "10,99 €", "13,14 €", "180,00 € (70% Rabatt)", "100,00 €", "240,00 €", "299,00 €", and "213,69 € (20% Rabatt)".

Plattformen

Große Marktplätze bespielen

eBay
Deine
Stadt

🔍 Hier Ihre Stadt suchen

eBay Deine Stadt: die große Heimat kleiner Händler*innen



Hier finden Sie das gesamte Sortiment der eBay-Händler*innen aus Ihrer Stadt. Mit Ihrem Einkauf unterstützen Sie den lokalen Handel. Die Marktplätze von eBay Deine Stadt werden in Zusammenarbeit mit der jeweiligen Stadt bzw. ihrer Wirtschaftsförderung eingerichtet. Entdecken Sie online, was Ihr lokaler Einzelhandel alles zu bieten hat. Alle Anbietenden stellen sich und ihr Geschäft in ihrem Profil vor, natürlich auch mit Infos zu Anfahrt, Kontakt und Öffnungszeiten.

Entdecken Sie unsere Städte:



Google-Unternehmensprofil



Lokale Initiativen

Wunsch nach Regionalität und Offline-Verfügbarkeit

EINKAUFEN-REGENSBURG.DE

Suche nach Schlüssel...

STADTMARKETING REGENSBURG PRÄSENTIERT

Endlich wieder Shoppen ohne Grenzen!

News Geschäfte Genießen Veranstaltungen Standorte Service

News



24. Februar 2023

MILK Concept Store

Dinge die etwas zu erzählen haben



22. Februar 2023

Kneitinger

Radi radl! Faschingsdienstag in Regensburg

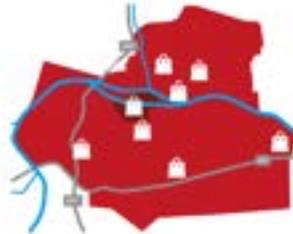


17. Februar 2023

Bavarian Caps

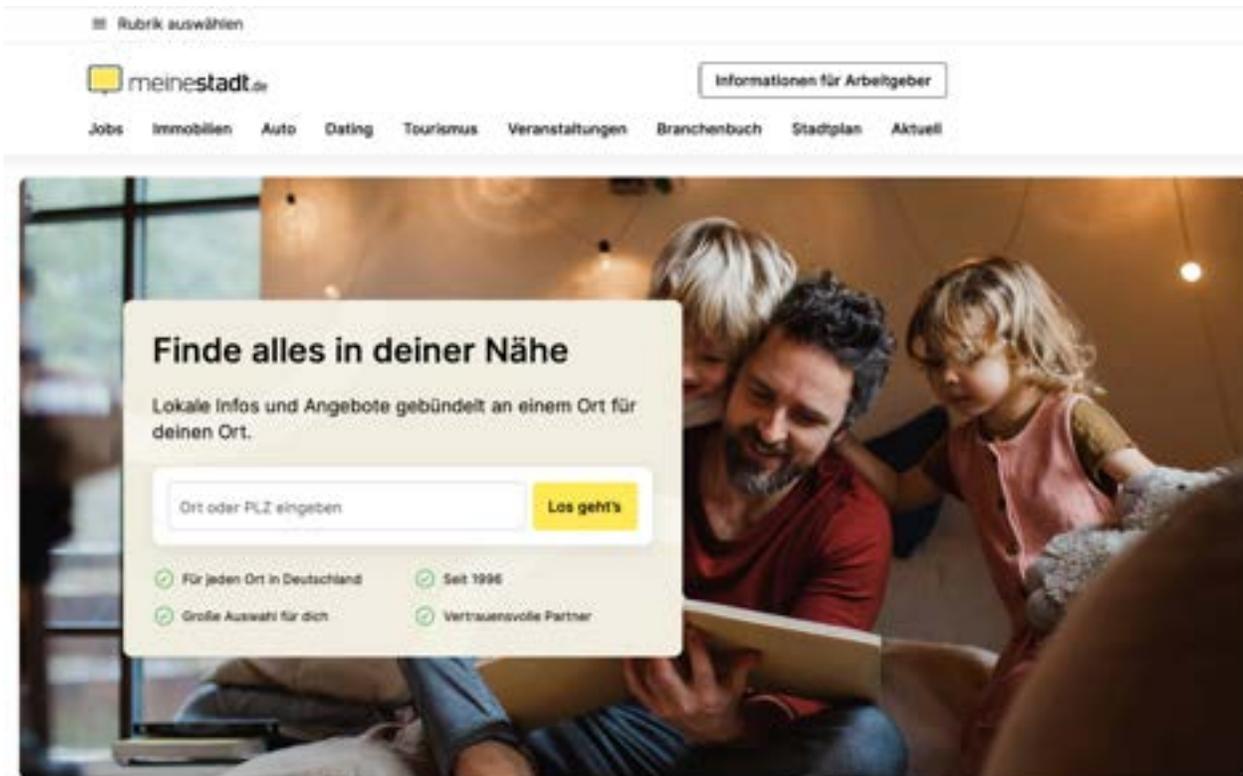
Die passende Cap zur Lederhose

Regensburger Einkaufsstandorte

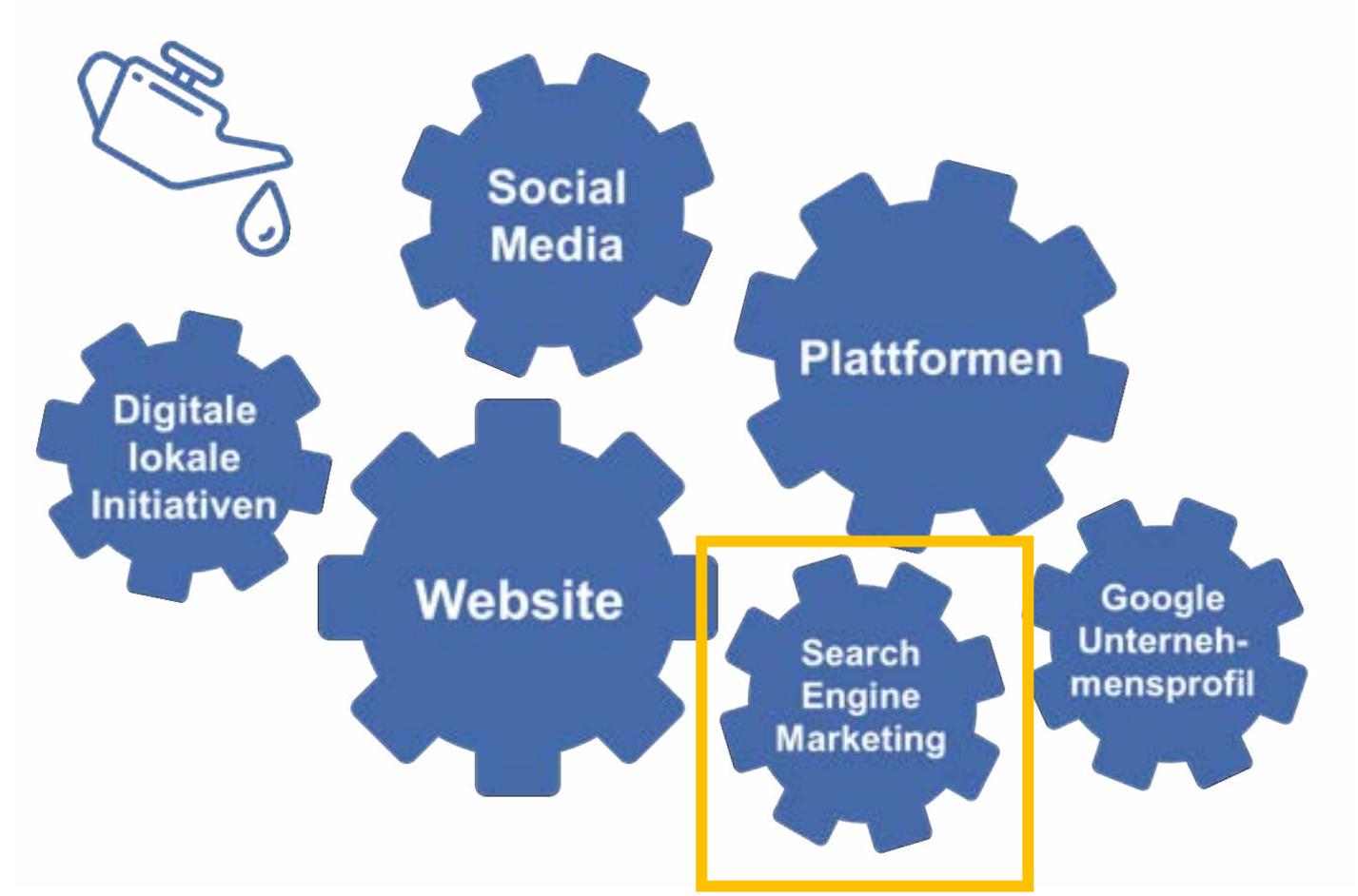


Lokale Initiativen

Wunsch nach Regionalität und Offline-Verfügbarkeit

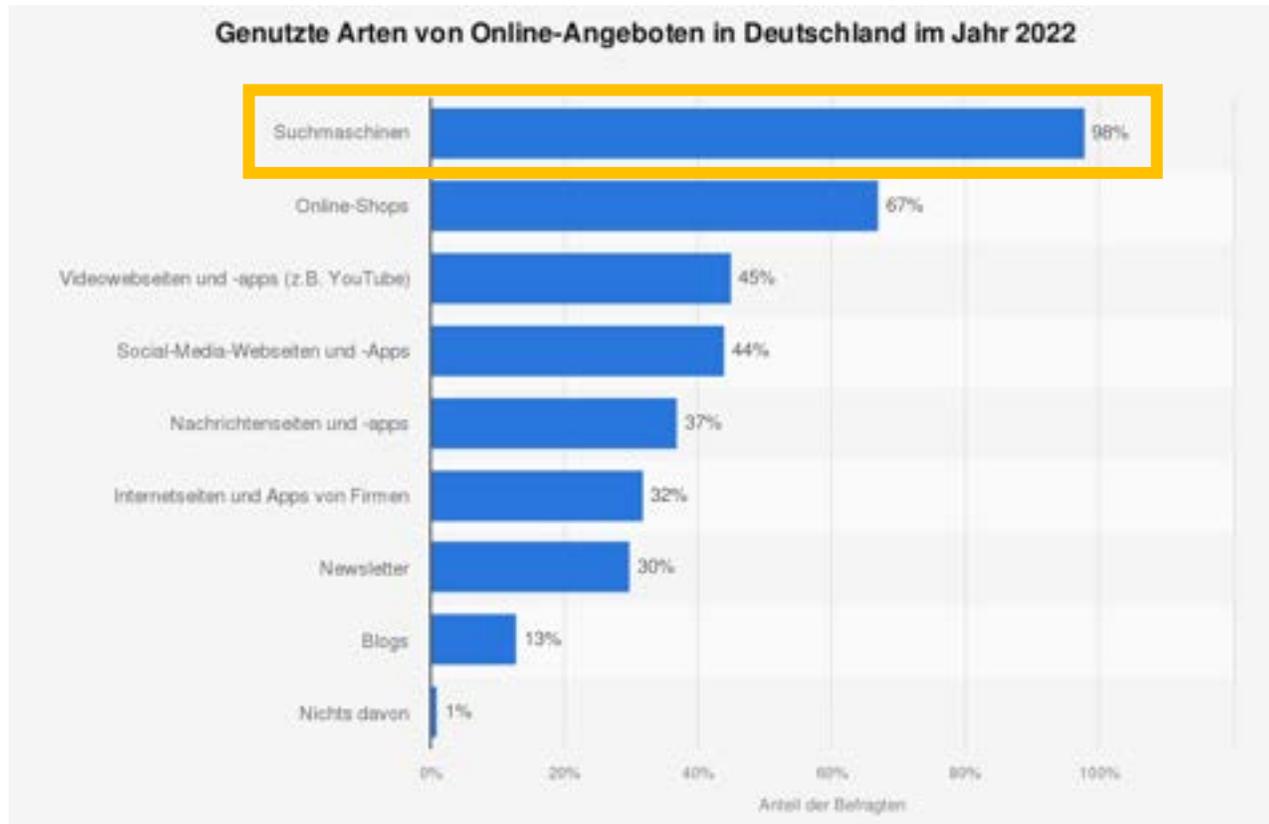


Suchmaschinenmarketing (SEM)



Google-Unternehmensprofil

Absichten im Internet



Suchmaschinenmarketing (SEM)

Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization; SEO)

- Ziel: **Verbesserung der Auffindbarkeit** einer Website **in den organischen Suchergebnissen** einer Suchmaschine (i.d.R. Google)
- **Inhaltliche Optimierung**: Verwendung relevanter Keywords und Phrasen auf der Website
- **Technische Optimierung**: Verbesserung der Usability (Benutzerfreundlichkeit) und Ladegeschwindigkeit
- Langfristige Ergebnisse ohne direkte Kosten

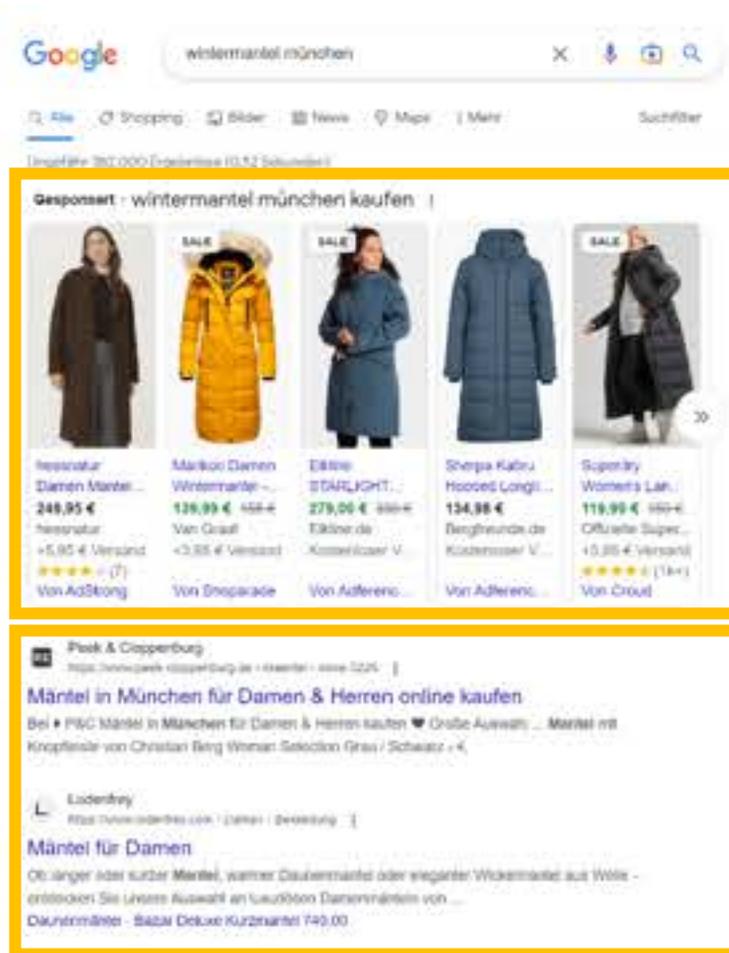
Suchmaschinenmarketing (SEM)

Suchmaschinenwerbung (Search Engine Advertising; SEA)

- Ziel: **Verbesserung der Auffindbarkeit bezahlter Werbung** in den Suchmaschinenergebnissen
- Platzierung der als „Anzeigen“ oder „Gesponsort“ **gekennzeichneten Ads ganz oben in den Suchmaschinenergebnissen**
- Auswahl **zielgruppenrelevanter Suchbegriffe**, die von Kunden genutzt werden, um online nach Ihren Produkten und Dienstleistungen zu suchen
- Kurzfristige Ergebnisse je nach Höhe eines festgelegten Budgets und laufender Optimierung
- Kostenlose Hilfestellungen durch Online-Tools: z.B. Keyword Planner von Google

Suchmaschinenmarketing (SEM)

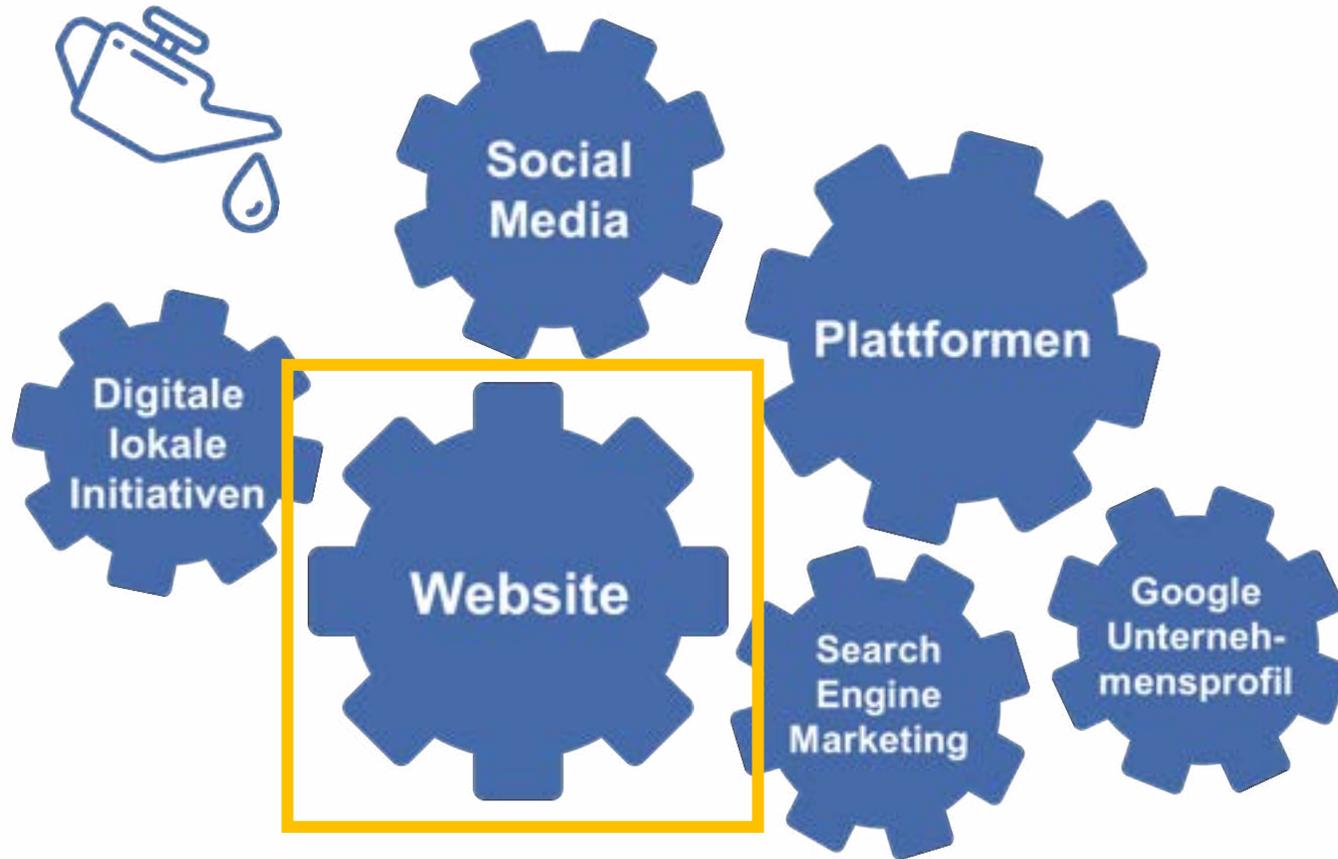
Beispiel für SEO und SEA



Gesponsorte Ergebnisse = SEA

Organische Ergebnisse = SEO

Eigene Website



Eigene Website

Archetyp für Website und Unterseiten festlegen

Grundtypen:

- Verkauf
- Information
- Portfolio
- E-Commerce
- Online-Magazin/Blog

Eigene Website

Verkaufswebsite

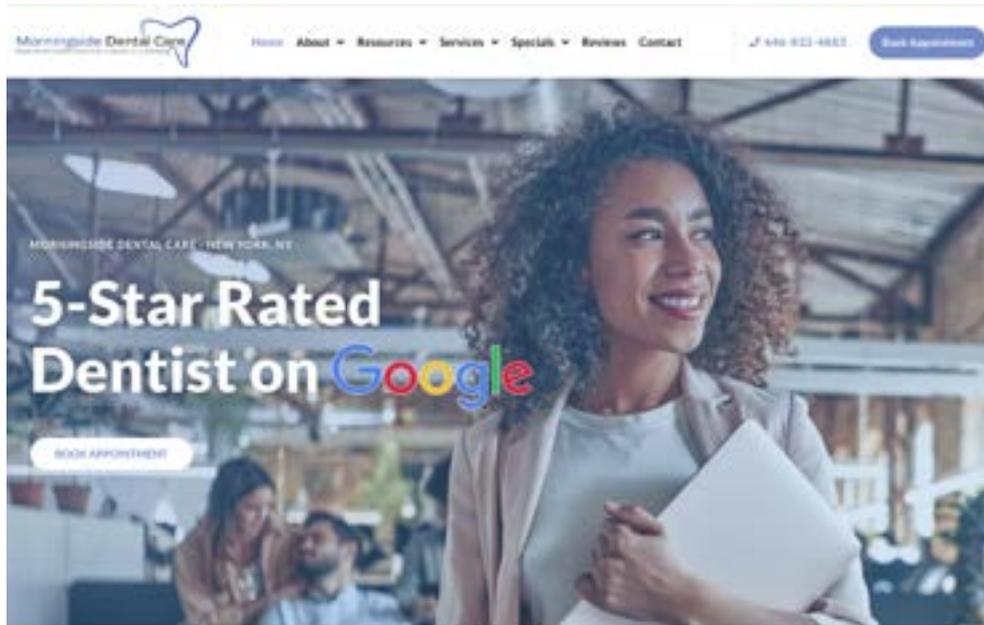


<https://www.blattgold-duengetuecher.de/>

- Vertrieb von einem oder wenigen Produkten und Dienstleistungen
- Verkaufstrichter als zugrundeliegende Struktur
- Phasen: Aufmerksamkeit [?] Interesse [?] Überzeugung [?] Verkauf

Eigene Website

Informationswebsite

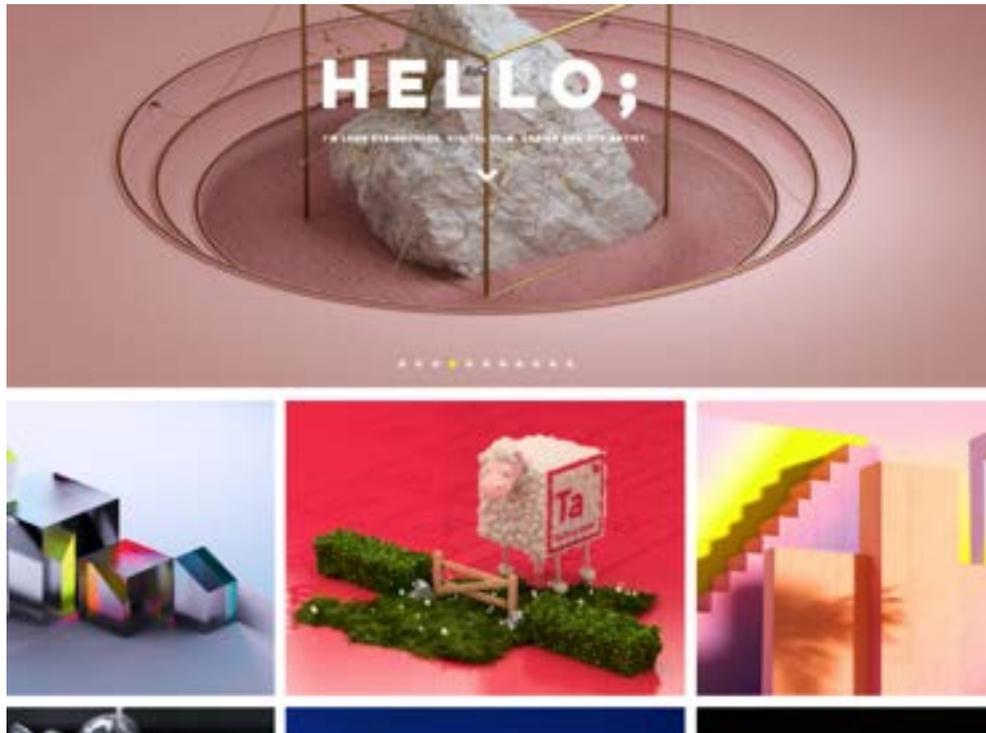


- Präsentation relevanter Fakten über das Unternehmen, Produkte, Leistungen oder grundlegender Infos
- Kein direkter Verkauf auf der Website, aber z.B. Möglichkeit zur Terminvereinbarung (Call-to-Action)

<https://morningsidedentalcare.com/>

Eigene Website

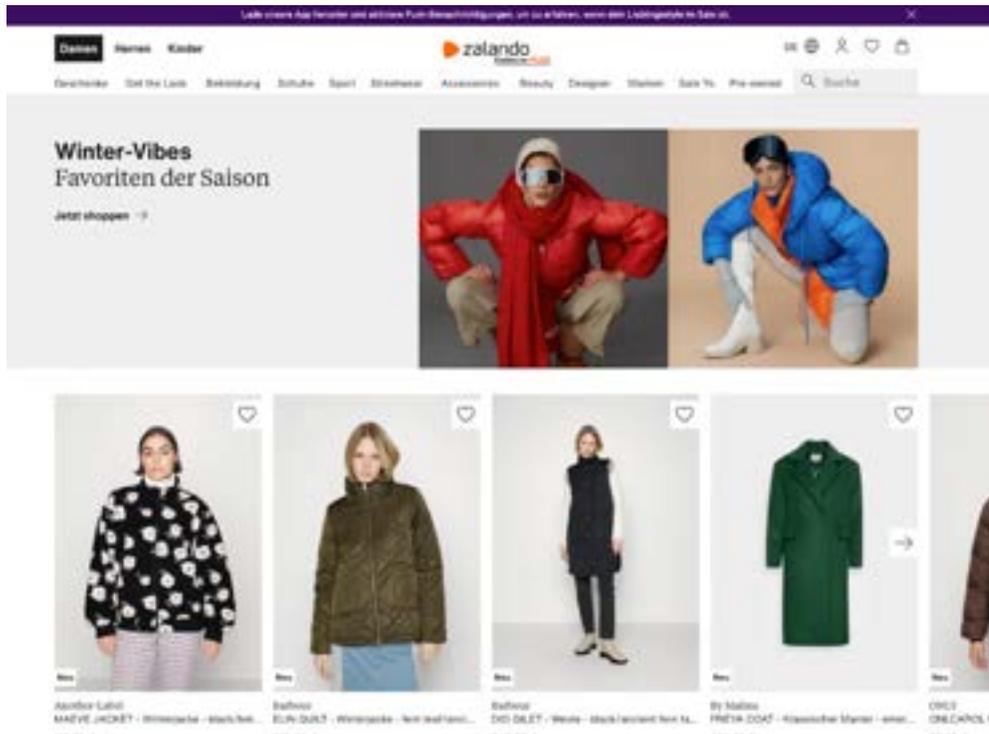
Portfolio



- Einblick in die eigene Arbeit durch Künstler oder visuelle Dienstleister
- Möglichkeit, Kunden zu überzeugen

Eigene Website

E-Commerce



- Verkauf vieler Produkte
- Herausforderung: Einheitlichkeit und Klarheit der Produktpräsentation

<https://www.zalando.de/damen-home/>

Eigene Website

Online-Magazin/Blog



- Präsentation aktueller Informationen
- Geschäftsmodell: Schaltung von Werbung oder gesponsorierter Inhalte
- Herausforderung: Kategorisierung und Konsumierbarkeit der Informationen

<https://www.zeit.de/index>

Eigene Website

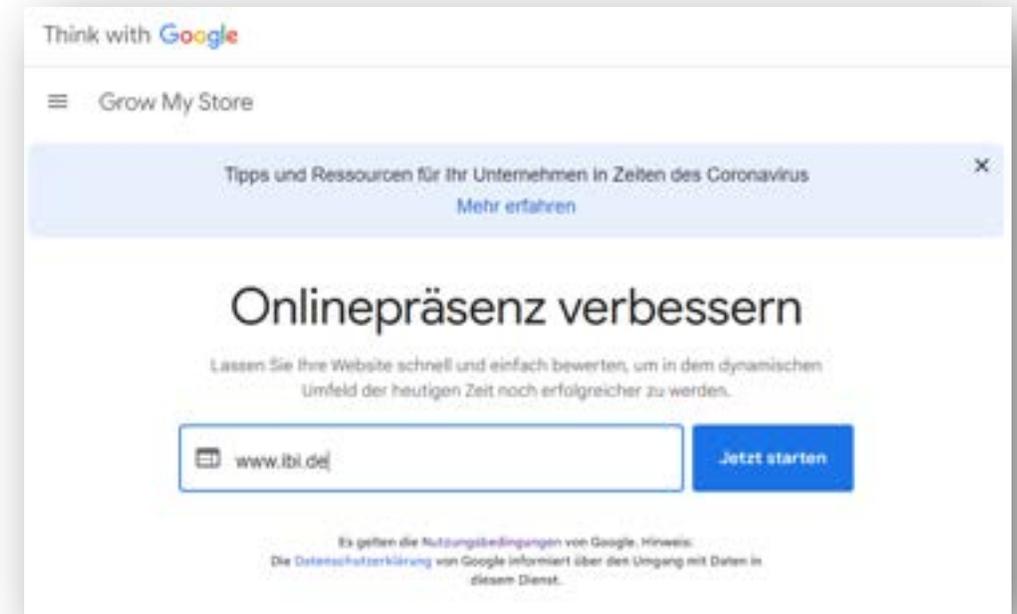
Website mit Baukastensystem einrichten

- Zahlreiche Anbieter: z.B. IONOS, Jimdo, WIX und GoDaddy
- Intuitive Bedienung auch für Unerfahrene; keine Vorkenntnisse in Webprogrammierung notwendig
- Auswahl passender Designvorlagen
- Günstige Basistarife
- Domain üblicherweise inklusive
- SSL-Verschlüsselung
- Supportfunktionen

Eigene Website

Internetauftritt mit dem Online-Check „Grow My Store“ von Google einschätzen

- Link: https://growmystore.thinkwithgoogle.com/intl/de_de
- **Domain** eingeben sowie **Unternehmenstyp** und **Branche** auswählen
- Ergebnisse anzeigen lassen für:
 - Webseitenanalyse: **Vergleich** mit anderen Betrieben in der Branche
 - Praktische Empfehlungen: **Optimierungspotenziale**
 - Relevante Daten: **Markt- und Verbrauchertrends**
 - Hilfestellungen: **Ressourcendatenbank** und Google-Tools



Das sollten Sie unbedingt für Ihren Google-Maps-Eintrag tun

✓ Öffnungszeiten angeben

Google Beispiel





Quelle: unsplash.com/glennarstenspeters

1 Begrüßung & Vorstellungsrunde

2 Digitale Sichtbarkeit

3 Google My Business LIVE Beispiel

4 Instagram Kampagne

5 Offene Fragen

Philipp Schleef

T 0172 86 11 506

schleef@cima.de



www.cimadigital.de

Digitale Stadt + Region

Kooperative Online-Strategie

Kommunale Digitalisierung

Online-Präsenz-Check

Online-Image-Analyse

Local Loyalty

Fachveranstaltung

Vortrag, Moderation,

Workshop

Online-Training