



WMB

Einzelhandel
stärken.



AGENDA

1. Herausforderungen der Digitalisierung
2. Fakten
3. Chancen der Digitalisierung
4. Voraussetzungen
5. Tipps & Growth Hacks für Weißenburg Einzelhändler



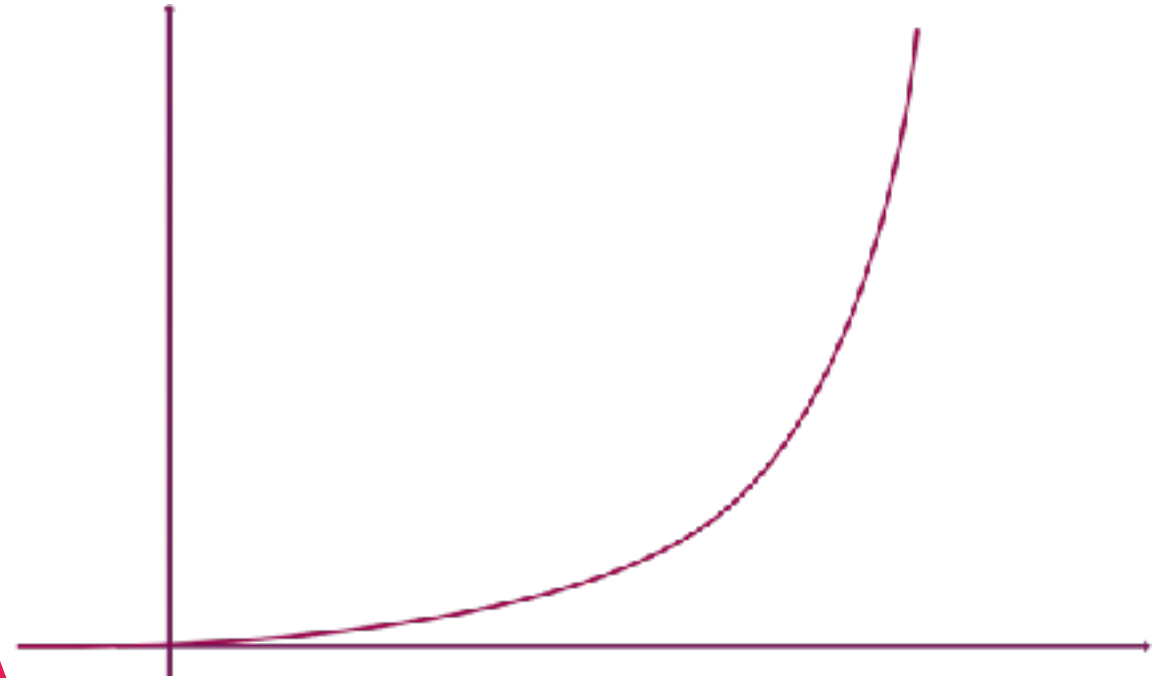
Kritische **STIMMEN**

„Das Internet tötet den Einzelhandel“

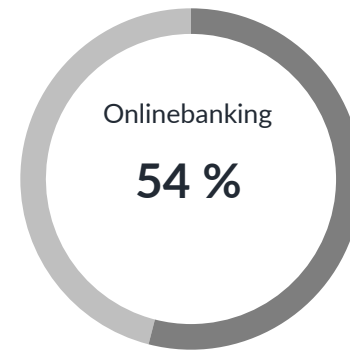
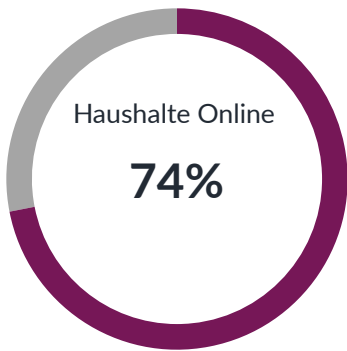
„Online-Shopping macht die Innenstädte kaputt!“

„Online-Giganten wie Amazon zerstören unsere
Lebensgrundlage.“

—
Digitalisierung
Exponentieller
Fortschritt



Fakten



Kaufprozess

 **Zanz** schrieb am 22.11.2018, 17:29

@polterkrabe:

Das ist falsch! Ich z.B. suche sehr wohl auch im örtlichen Bereich online nach Teilen/Geräten.

Einige örtliche Händler bieten Onlinekataloge mit ihrem Angebot an.

Wenn es mein gewünschtes Produkt hier vor Ort zu einem ähnlichen Preis (unter Beachtung der Versandkosten) gibt, dann kaufe ich direkt hier. Zumal man auch beim Einzelhandel teilweise bestellen kann und es am nächsten Tag da ist. Auch habe ich eine deutlich bessere Beratung, wenn es sich z.B. um ein Fachgeschäft handelt.

Problematisch wird es eigentlich nur, wenn es besondere Produkte sind, die es hier nicht gibt bzw. die Auswahl einfach gering ist.

Quelle: <https://www.nordbayern.de/region/weißenburg/ein-online-shop-fur-geschafte-in-altmuhlfranken-1.8333970>

 **matthiasbauer** schrieb am 08.11.2019, 22:25

Ich möchte gern den lokalen Einzelhandel unterstützen, aber stoße dabei immer wieder auf Probleme v.a. mit dem begrenzten Angebot.

Beispiel 1: Suche vor Weihnachten kurzfristig nach einem Buch über "Lost Places". Keine der beiden Buchhandlungen in WUS hatte auch nur ein Buch dazu dz. In Jena in der Thalia-Buchhandlung (mit mehr als 5x so viel Fläche wie unser "Weitbild") waren allein 5 Bücher dazu sogar mit regionalem Bezug vorrätig.

Beispiel 2: In Weißenburg scheint es in meiner Größe sportliche Herren-Winterhosen ausschließlich in Schwarz zu geben.

Beispiel 3: Ich bevorzuge Bio-Haferflocken in umweltfreundlichen reinen Papiertüten. Die einzigen im Sortiment von Marktkauf sind fast immer ausverkauft (und werden nur selten nachbestellt, so dass ich sie schlussendlich im Sechserpack über amazon bestellen musste, was auch nicht ideal ist.

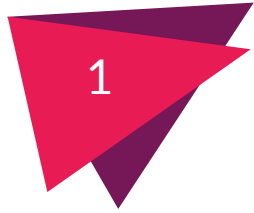
Die Liste lässt sich fortsetzen mit Kinderspielzeug, Technik, Filmen u.s.w. - wenn ich etwas leicht ausgefallenes suche, stehen meine Chancen in dieser Kreisstadt schlecht. Daher ist das (und nicht ein fehlendes Logo) aus meiner Sicht der Grund für den Umsatzrückgang der lokalen Geschäfte ... und womöglich ein Problem, das mit kleinen Ladenflächen in einer hist. Altstadt schlicht nicht zu lösen ist.

Die Waren des täglichen Bedarfs bekommt man zum Glück noch, und die kaufe ich natürlich lokal. Aber auch hier fehlt Weißenburg z.B. ein Bio-Supermarkt mit Vollsortiment wie "den'S" in anderen Städten. Trotz viel Terrium von Netto, Marktkauf & Co. ist deren Angebot an Bio-Produkten und Produkten in umweltfreundlichen Verpackungen mangelhaft. Das Angebot im kleinen Bio-Laden ist auch übersichtlich.

Quelle: <https://www.nordbayern.de/region/weißenburg/runder-tisch-fur-weissenburger-einzelhandel-1.8476992>

Kaufprozess

Früher



Anbieterwahl

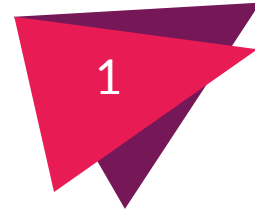


Produktwahl

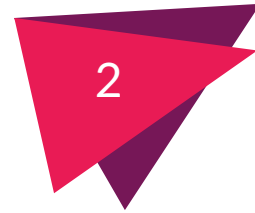


Produktkauf

Heute



Produktwahl



Anbieterwahl



Produktkauf



Chancen der **DIGITALISIERUNG**



Kunden kennenlernen



Direkte Ansprache & Reichweite



Nachhaltiges Wachstum



Kostenreduktion & Automatisierung

Logistik



Lieferanten

Warenwirtschaft

Produkttracking

Marketing



Kundenberatung

Personalisierte Angebote

Loyalty Programme

Kundenkommunikation

In-Store



POS Gestaltung

Digitale Informationen

Verknüpfung von Vertriebskanälen

Consumer Lifecycle



Customer Journey Management

After Sales Services / Marketing

Conversion Rate Analysen



Voraussetzungen

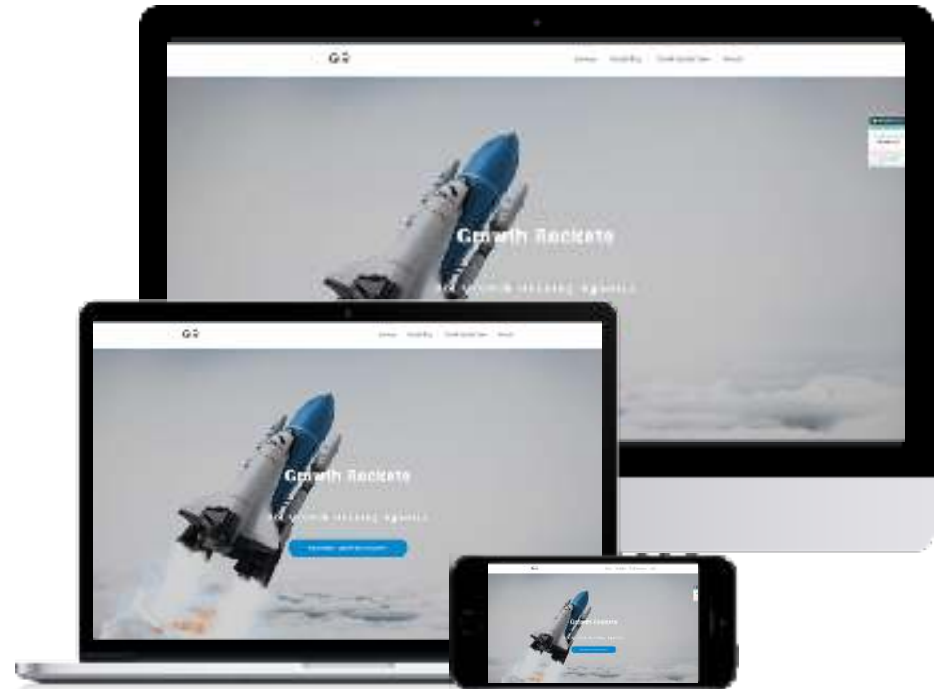
1. Aufhebung der Trennung zwischen Online und Offline
2. Digitale Technologien mit einer Strategie clever nutzen
3. Kunden in den Mittelpunkt stellen
4. Change Management im Unternehmen



—
Tipps &
GROWTH HACKS

EIGENE WEBSITE

- Datensammlung
- Erreichbarkeit & Verfügbarkeit
- Absatzkanal - Onlineshop
- Leadgenerierung
- Google-Ranking (SEO + SEA = SEM)
- Online-Terminbuchung



Content is King!

- Bilder & Videos
- qualitativ hochwertige Inhalte (Whitepaper)
- Mehrwert sorgt für Kundenbindung
- Leadgenerierung mittels Leadgate
- Google-Ranking (SEO + SEA = SEM)



SOCIAL MEDIA MARKETING

- Data & Analytics
- Interaktion mit Zielgruppe (Community)
- Branding
- Absatzkanal - Onlineshop
- Leadgenerierung
- Suchmaschinenoptimierung (Backlinks)



SOCIAL MEDIA Advertising



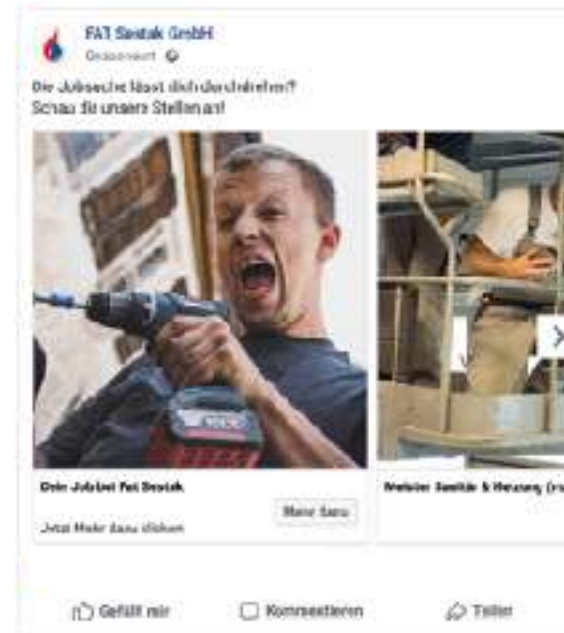
Beitrag ~~an~~ bewerben

Werbeanzeigenmanager

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. On the left, there is a navigation sidebar with sections for 'Personen', 'Anzeigenmanager', and 'Werbeanzeige'. The main content area shows a 'Neue Kampagne erstellen' (Create New Campaign) button and a 'Kampagne: WIRTSCHAFTSUNTERNEHMEN' (Campaign: BUSINESS COMPANY) header. Below this, there is a notification box and a section titled 'Wie fahre ich mein Marketingziel?' (How do I run my marketing goal?). This section contains a table with columns for 'Kanalfeld' (Channel), 'Erreichung' (Reach), and 'Demografie' (Demographics).

| Kanalfeld | Erreichung | Demografie |
|----------------|--------------------|--------------|
| ↳ Mobilbrowser | ↳ Text | ↳ Sprache |
| ↳ Desktop | ↳ Interaktion | ↳ Ethnizität |
| | ↳ App installieren | ↳ Geschlecht |
| | ↳ Videoaufdr. | |
| | ↳ Leadgenerierung | |
| | ↳ Nachrichten | |

SOCIAL MEDIA Formate



SOCIAL MEDIA Conversion Tracking



GOOGLE MYBUSINESS



- Google Ranking verbessern
- Verknüpfung mit der Website
- Erreichbarkeit & Verfügbarkeit
- Online-Shop
- Interaktion

A screenshot of a Google My Business profile for 'Karl Meyer Buch + Papier, Inh. Mathias Meyer'. The profile includes a map showing the location in Weidenburg, Bavaria, with a red pin and a 'Fotos ansehen' button. Below the map, the business name is displayed, followed by buttons for 'Website', 'Route', and 'Speichern'. The profile has a 4.5-star rating from 17 Google Reviews. The address is 'Rosenstraße 11, 91381 Weidenburg in Bayern'. The opening hours are 'Geschlossen' (Closed) until 08:30 on Friday. The phone number is 09141 974200. There is a section for 'Kommende Veranstaltungen' (Upcoming Events) with one event listed: 'Fr., 5. Juli Wine meets Business – Einzelhandel stärken!' from 18:30. There is also a section for 'Fragen und Antworten' (Questions and Answers) with a 'Fragen stellen' button. The 'Bewertungen aus dem Web' (Reviews from the Web) section shows ratings from Facebook (4.7/5), 11880.com (4.6/5), and GoLocal (5/5). At the bottom, there is a 'Rezensionen' (Reviews) section with a 'Rezeption bearbeiten' button and a 'Foto hinzufügen' button. A review snippet is visible: 'Immer freundlich und sehr hilfsbereit unsere Buchhandlung des Vertrauens'.

Growth Rockets (Ü)
(haftungsbeschränkt)

Google My Business

- Home
- Dashboard
- Info
- Insights
- Reviews
- Messages
- Photos
- Products (Ü)**
- Services
- Menus
- Hours
- Trade area
- Local inventory
- Manage locations
- Linked accounts
- Settings
- Support



Growth Rockets (Ü)
(haftungsbeschränkt)

SEARCH POSTS **PRODUCTS** REVIEWS



34 potential customers viewed your business on Google last month. Showcase products to them, for free!

Get started

Bewertungen

9 von 10 Usern lassen sich durch Onlinebewertungen beeinflussen.

Jeder Vierte lässt sich nach einer schlechten Bewertung durch persönlichen Kontakt durch Anbieter wieder umstimmen!





—
„...jetzt in
meiner Nähe“
Suchanfragen
+160%

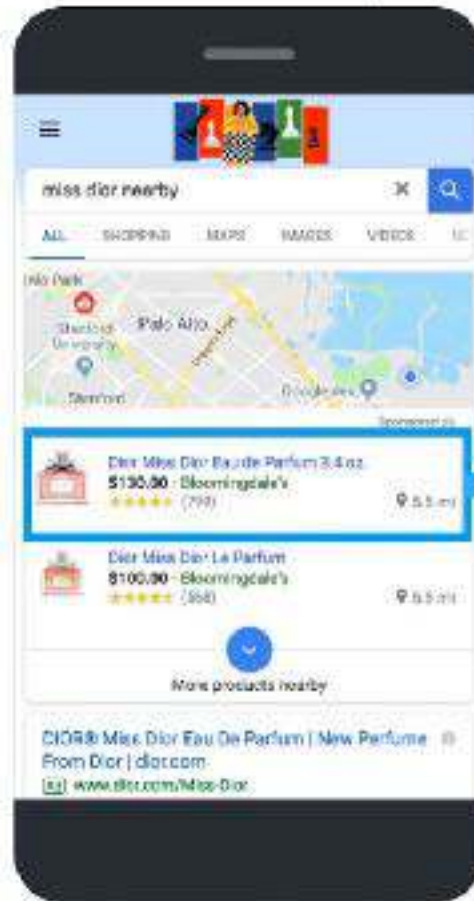
Click and Collect

GOOGLE LOCAL INVENTORY ADS (LIA)

18% der Deutschen nutzen bereits die Funktion des Click and Collect




Local inventory ad



Local storefront





—
VOICE SEARCH &
CONVERSATIONAL
COMMERCE

ALEXA, SIRI & GOOGLE ASSISTANT

Voice Search

bis 2020:

50% der Suchanfragen über Voice Search



Geräteanzahl

100 Millionen Alexa Geräte verkauft

1 Milliarde Geräte mit Google Assistant
seit Januar 2019

Einkäufe

Schon heute nutzen User Alexa, Google
und Co für den Einkauf.



Transaktionen

bis 2023:

30-40% der Transaktionen in den USA über
Sprache

Tipp: Rich-Snippets für Voice Search Optimierung erforderlich!

CHATBOTS





WhatsApp

1. **Nachrichten-Tools:** Antworten auf häufig gestellte Fragen können als Vorlage hinterlegt und immer wieder schnell abgerufen werden.
2. **Automatische Nachrichten:** Begrüßungs- und Abwesenheitsnachrichten sind mit WhatsApp Business möglich. Etwas, was man bereits aus dem E-Mail-Marketing kennt, ist somit für Unternehmen nun auch mit dem mobilen Messenger möglich.
3. **Verifizierung:** Das WhatsApp-Profil wird als verifizierter Business-Account angezeigt, so dass für den Nutzer nachvollziehbar ist, dass er sich gerade im Kontakt mit einem Unternehmen befindet. Zudem sehen Interessenten auf dem ersten Blick, dass es sich um keinen Fake-Account handelt. Übrigens kann WhatsApp Business auch mit einer Festnetznummer genutzt werden. So können sie ihr Business & Privates trennen.
4. **Statistiken:** Die Business-App zeigt an, wie viele Nachrichten erfolgreich gesendet und gelesen wurden. Somit ist die Ermittlung einer Öffnungsquote möglich, wie sie zum Beispiel auch aus dem E-Mail-Marketing bekannt ist.

Demo-Strategie



Growth Team



Michael Regnath
Sales & Marketing Consultant



Duygu Bayramoglu
Growth Content Specialist



Carsten Seeberger
Online Marketing Specialist

GROWTH ROCKETS

„Die Growth Rockets sind eine digitale Growth Marketing Agentur mit Sitz in Weißenburg in Bayern. Sie entwickeln individuelle und raketenstarke Konzepte für Dein Unternehmen, damit Du die Anforderungen der Digitalisierung gekonnt meisterst und im Online-Dschungel nicht verloren gehst.“

 facebook.com/growthrockets

 linkedin.com/growthrockets

 instagram.com/growth.rockets

Kostenloses Whitepaper zum Vortrag + Präsentation



<https://growth-rockets.com/wmb-paper>

DANKE

