

## Marketing Online & Offline – 10 Tipps für mehr Aufmerksamkeit bei den Kunden

Gerade jetzt vor Weihnachten erreicht der Kampf um die Kunden seinen Höhepunkt. Jeden Tag prasseln mehrere Newsletter mit personalisierten Sonderangeboten in unser Postfach. Beim gemütlichen Einkaufsbummel in der Stadt laden die Geschäfte zum Christmas-Shopping ein und locken die Kunden mit besonderen Events in die Läden.

Es stimmt schon: Früher hat es gereicht, eine großformatige Anzeige in der städtischen Zeitung zu schalten. Heute möchten die Kunden nicht mehr beworben sondern umworben werden. Und das sowohl im Geschäft als auch in Webshop.

Die Mehrzahl Ihrer Kunden unterscheidet nicht mehr zwischen online & offline. Für sie ist das Einkaufen über alle Kanäle hinweg zur Selbstverständlichkeit geworden. Genauso entscheiden Sie als Unternehmer/ in auch selbst, wo Sie am besten wie agieren.



Wo kommen die Kunden zuerst mit der Ware in Berührung? Über welchen Kanal werden bestimmte Marketingaktivitäten ausgespielt?

Die Kunden sind an eine durchgehende Customer Journey gewöhnt. Wenn es an einem Punkt hakt, werden die Kunden in ihrem Einkaufserlebnis gestört. Was nützt Ihnen das schönste Ladengeschäft, wenn im Onlineshop die Bilder nicht geladen werden oder die Webseite gerade nicht funktioniert.

Zeigen Sie Ihren Kunden schon den nächsten Schritt auf, um den Kontakt zu ihm nicht zu verlieren.

Wir haben hier 10 Tipps zusammengestellt, wie Sie Ihre Marketing Aktivitäten online & offline optimieren können:

1. Bitten Sie die Kunden sowohl im stationären Geschäft als auch im Webshop um eine E-Mail Adresse, um Ihnen via Newsletter Informationen über Aktionen und Angebote zukommen zu lassen. Denken Sie hier daran, dass der Newsletter auch mobil optimiert ist, damit ihn die Kunden vom Smartphone aus lesen können. Zu einer Zeit, in der sie vielleicht ohnehin in der Innenstadt unterwegs sind.
2. Verankern Sie im Newsletter und auch in Anzeigen einen Rabattcoupon, der die Kunden in den Laden lockt. So werden Ihre Marketingaktivitäten direkt messbar und Sie bieten den Kunden einen Mehrwert, Ihr Geschäft aufzusuchen.

3. Nutzen Sie die Facebook Präsenz Ihres Geschäftes oder Webshops, um durch positive Bewertungen Neukunden auf sich aufmerksam zu machen und durch gezielte Anzeigen auf Facebook mit genauer Zielgruppendefinition bestimmte Kundenkreise anzusprechen.
4. Denken Sie kundenorientiert und erschließen Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden auch mit Hilfe von Technologien. Welche Ereignisse im Leben unserer Kunden lösen eine Motivation zur Suche nach unserem Produkt aus? Nutzen Sie dafür digitale oder analoge Kundendaten, die an allen Touchpoints gesammelt wurden.
5. Setzen Sie auf Emotionen. Veranstalten Sie Events in Ihrem Geschäft. Binden Sie Ihre Kunden durch ansprechende Fotos und Videos auf Ihrem Online-Shop.
6. Optimieren Sie Ihren Online-Shop oder Ihre Webseite immer wieder. Sind die Texte und Bilder noch relevant? Wie kann der Kunde noch einfacher durch den Kaufprozess geführt werden? Sind unsere Formulare und Kontaktmöglichkeiten verständlich? Die Online Präsenz sollte stets aus Kundensicht betrachtet werden.
7. Bieten Sie Click & Collect – also die Abholung online bestellter Waren in der Filiale – an. Hier können Sie persönlich auf den Kunden eingehen und durch geschickte Kommunikation noch Zusatzverkäufe generieren.
8. Nutzen Sie digitale Angebote in Ihrem Geschäft, um eine verlängerte Ladentheke zu schaffen. Zum Beispiel durch Screens, auf denen zusätzlich passende Produkte eingekauft und nach Hause geliefert werden können (Cross-Selling). Hier kann auch auf die Interaktion in den sozialen Medien aufmerksam gemacht werden.
9. Werden Sie Experte auf Ihrem Gebiet! Bieten Sie regelmäßig Inhalte zu Ihrem Produkt auf Facebook an oder arbeiten Sie mit der lokalen Presse zusammen. Zum Beispiel über eine regelmäßige Kolumne zum Thema „Laufen“ als Besitzer eines Sport-Schuhgeschäftes.
10. Bieten Sie sowohl online als auch offline einen hervorragenden Kundenservice an. Guter Service und schnelle, unkomplizierte Hilfe sorgen für Vertrauen bei Ihren Kunden und Sie werden immer gern weiterempfohlen.

Wenn Sie noch mehr Tipps für Ihr Marketing erhalten möchten oder eine individuelle Beratung wünschen, dann senden Sie uns das beigefügte Kontaktformular zurück.

Sina Burkhardt  
Expertin Social Media und Marketing

---

**CONVENTA**

Unternehmensberatungsgesellschaft mbH  
Nord-West-Ring-Str. 11  
D-63533 Mainhausen  
T ++49(0)6182/928-2240  
F ++49(0)6182/928-2508  
E [sigrid.wies@conventa.de](mailto:sigrid.wies@conventa.de)  
[www.conventa-beratung.de](http://www.conventa-beratung.de)

Geschäftsführerin Sigrid Wies  
HRB 22224  
Steuernummer: 044 241 55 117

Sparkasse Langen-Seligenstadt  
Kto.:18120030  
BLZ: 50652124  
IBAN: DE26 5065 2124 0018 1200 30  
BIC: HELADEF1SLS

**Kontaktformular – bitte per Fax 06182-928-2508 oder per Mail  
nicole.baumann@conventa.de zurücksenden!**

CONVENTA Unternehmensberatungsgesellschaft mbH  
Nicole Baumann  
Nord-West-Ring-Str. 11  
D-63533 Mainhausen

**Dieser Artikel hat unser Interesse geweckt...**

- Footfall-Index: Was tun bei Frequenzverlust**
  - Überblick Verkauf/Vertriebsplattformen**
  - Kombination on/offline als ganzheitlicher Strategie-Ansatz**
  - Deckungsbeitragsrechnung – ein absolutes MUSS**
  - 10 Tipps für on/offline Marketing**
- 

- Bitte geben Sie uns Bescheid sobald ein Workshop zu diesem Thema angeboten wird.**
- Wir haben Informationsbedarf und bitten um Rückruf**

**Telefonnr.:** \_\_\_\_\_ **Ansprechpartner:** \_\_\_\_\_

**Name des Unternehmens:** \_\_\_\_\_