

Digital unsichtbar? Mit diesen 6 Tipps ziehen KMU die Aufmerksamkeit auch online auf sich!

Nürnberg, 01. November 2023: Montagmorgen und der Geschirrspüler macht schon wieder dieses seltsame Geräusch? Schnell wird der nächste verfügbare Handwerker im Internet gesucht. Oder ist die Zeit gekommen für einen neuen Haarschnitt? Der passende Friseursalon wird mit wenigen Klicks über Instagram gefunden. Unternehmen, die heute nicht digital vertreten sind, existieren für ihre Zielgruppe praktisch nicht. Die meisten Menschen suchen und entscheiden sich für Produkte oder Dienstleistungen im Netz. Dabei reicht es schon längst nicht mehr aus, nur auffindbar zu sein – gute Bewertungen, ständige Erreichbarkeit und der Dialog mit den Kund:innen sind ebenso ausschlaggebend. Der Wettbewerb in der digitalen Welt ist härter und die Präsenz im Netz daher entscheidend. Um relevant zu bleiben, muss man sich von der Masse abheben. Frank Schieback, Head of Brand Communication und Chief Marketing Officer bei SELLWERK weiß, wie Betriebe online für mehr Sichtbarkeit sorgen können und welche sechs Maßnahmen tatsächlich Wirkung zeigen.



Unternehmen haben viele Chancen, ihre Kundschaft online zu erreichen. Quelle: <https://sellwerk.de/>

1. Die Website – Das A und O des Online-Auftritts

Die eigene Homepage sollte das Herzstück der Online-Kommunikation für Unternehmen sein. Die Zeiten, in denen es ausreichte, wenn Websites Öffnungszeiten und Standorte eines Unternehmens angaben, sind längst vorbei. Neben der Auffindbarkeit über Suchmaschinen wie Google bietet eine Website die Chance, den eigenen Betrieb im besten Licht zu präsentieren. Es geht um die Darstellung von Stärken, Visionen und um überzeugende Botschaften. Aber auch praktische Informationen zu Standorten, Kontaktmöglichkeiten und Produktangeboten sollten bei einer guten Onlinepräsenz nicht fehlen.

2. SEO und SEA – Mehr Sichtbarkeit dank Google und Co.

Um sicherzustellen, dass die eigene Website von potenziellen Kund:innen über Google auf Seite 1 gefunden wird, bedarf es einiger Anstrengungen im Bereich der Suchmaschinenoptimierung. Search Engine Optimization, kurz SEO, beschreibt die technischen und inhaltlichen Anpassungen einer Website, um eine möglichst hohe Platzierung in den Google-Suchergebnissen zu erreichen. Internetseiten müssen für User:innen verständlich und hilfreich aufgebaut sein. Google legt Wert auf einzigartige Inhalte, die den Suchenden bei der Beantwortung ihrer Fragen helfen. Aber auch technische Aspekte der SEO wie Meta-Tags oder Überschriftenstruktur sollten beachtet werden.

Für regionale Unternehmen ist der lokale Aspekt besonders interessant. Menschen suchen in Suchmaschinen zunehmend nach Vor-Ort-Angeboten und verwenden dafür entsprechende Begriffe. Wer diese kennt und nutzt, erhöht die Chancen, in der lokalen Suche prominent zu erscheinen. Wer noch mehr Aufmerksamkeit auf die eigene Internetseite lenken möchte, kann zusätzlich auf bezahlte Anzeigen bei Google setzen. Search Engine Advertising (SEA) führt in der Regel schneller zu Ergebnissen als die Suchmaschinenoptimierung, die durchaus mehrere Monate in Anspruch nehmen kann. SEA kann sich besonders dann lohnen, wenn über einen kürzeren Zeitraum hinweg viel Aufmerksamkeit auf ein Produkt oder eine Kampagne gelegt wird.

3. Digitale Verzeichnisse – Reichweite für den Betrieb

Bei der Suche nach Dienstleister:innen greifen Kund:innen gerne auf Verzeichnisse zurück, um sich einen Überblick über die Optionen in einer Branche zu verschaffen. Gerade für KMUs, die nicht per se namentlich bekannt sind, ist daher eine Listung in ebendiesen unerlässlich. Neben Gelbe Seiten oder Das Telefonbuch als Printausgabe sind diese heute auch als Online-Verzeichnis verfügbar, genauso wie Das Örtliche beispielsweise. Wer seine Firma in diese Online-Verzeichnisse einträgt, steigert somit die Chance, Kund:innen bei ihrer Recherche im Internet dort abzuholen, wo sie nach Informationen suchen.

Immerhin finden hier 2,4 Milliarden Suchen im Jahr statt. In der [SELLWERK-Mittelstandsstudie](#) gaben knapp $\frac{2}{3}$ (62 Prozent) der befragten Betriebe an, Online-Verzeichnisse in ihren Marketing-Mix integriert zu haben. Auch das Google-Unternehmensprofil gehört zu den Verzeichnissen, die für Reichweite sorgen. Der schnelle Zugriff auf Google-Maps, die Website, Öffnungszeiten und Kontaktmöglichkeiten können für Konsument:innen den entscheidenden Unterschied in der Kaufentscheidung bedeuten. So kann ein bei Google eingetragenes Unternehmen durch die Verknüpfung mit Google Maps auch dann gefunden werden, wenn Suchende nur die Standortsuche aktivieren. Das ist gerade bei Spontankäufen sehr praktisch. SELLWERK vereinfacht die Eintragung in digitale Verzeichnisse, indem es seinen Kund:innen die Möglichkeit bietet, alle Einträge in einem Angebot zu bündeln.

4. Bewertungsportale – keine Scheu vor Meinungen

Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen profitieren davon, wenn ihre Kund:innen sie persönlich weiterempfehlen. Mit zunehmender Digitalisierung der Kundenerfahrung finden Empfehlungen immer häufiger online statt. Viele Unternehmer:innen zögern jedoch, Online-Bewertungen in ihre Kommunikation aufzunehmen. Zu groß ist die Angst vor Kritik und bösen Worten. Dabei bieten Rezensionen gerade hier eine Möglichkeit, die Wahrnehmung des eigenen Unternehmens zu beeinflussen. Wer die eigene Kundschaft aktiv um Feedback bittet, hat eine größere Chance, vor allem mit positivem Feedback hervorstechen. Negative Bewertungen lassen sich durch aktives Nachfragen und Gesprächsangebote häufig in ein positives Ergebnis umwandeln. Die Präsentation von Kundenzufriedenheit und Dialogbereitschaft kann bei der Zielgruppe bereits vor der ersten Kontaktaufnahme Vertrauen aufbauen.

5. Social-Media-Kanäle – Zwischen Interaktion und Vernetzung

Einige Menschen mögen sie nicht, andere setzen große Hoffnungen in sie: soziale Netzwerke. Eines ist jedoch sicher, im digitalen Marketing-Mix sollten Social-Media-Plattformen heute nicht mehr fehlen. Während große Marken hauptsächlich um ihre Reichweite kämpfen, können kleine- sowie mittelständische Unternehmen Facebook und Co. besonders gut nutzen, um mit ihrer Kundschaft zu kommunizieren. Social Media bietet eine hervorragende Möglichkeit, um mit unterschiedlichen Zielgruppen ins Gespräch zu kommen und ihre Meinungen zu erfahren. Betriebe können sich auf diesen Plattformen, die vor allem von Privatpersonen genutzt werden, menschlich und nahbar zeigen. Einblicke hinter die Kulissen mit einem Fokus auf visuellen Content helfen dabei, echte Beziehungen aufzubauen. Zudem nutzen User:innen Instagram, Facebook und YouTube mittlerweile als Suchmaschinen 2.0. Wer leicht gefunden wird und zum Beispiel die Terminbuchung über Facebook anbietet, hat einen Vorteil im Wettbewerb. Auch die Vernetzung mit neuen und alten Businesspartner:innen ist im Social Web eine tolle Chance.

6. Arbeitgeberportale – Talente für sich gewinnen

Schließlich kann eine Internetseite auch bei der Suche nach neuen Talenten helfen. Interessante Stellenausschreibungen und Einblicke in das Arbeitsleben können gerade junge Bewerber:innen überzeugen. Zusätzlich zum Social Media Recruiting und einer gut geführten Karriereseite auf der eigenen Website können Arbeitgeberportale für die Suche nach neuen Fachkräften genutzt werden. Hier haben Unternehmen die Möglichkeit, sich als attraktive Arbeitgebermarke zu präsentieren und neue Talente anzusprechen. Besonders wichtig ist auch hier ein moderner und einladender Online-Auftritt mit guten Bewertungen und der Möglichkeit, sich direkt auf der Website über ein offenes Stellenangebot zu informieren und schnell und unkompliziert Kontakt aufzunehmen. Portale wie [meinestelle.de](https://www.meinestelle.de) können dabei helfen, die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu bekommen.

Fazit: Mehr Sichtbarkeit durch eine umfassende Online-Präsenz

Unternehmen, die nicht im Internet präsent sind, laufen Gefahr, von ihrer Zielgruppe übersehen und von der Konkurrenz abgehängt zu werden. Eine gute Online-Präsenz erfordert ein ganzheitliches Konzept, das von einer gut strukturierten, informativen Website über eine strategische Suchmaschinenoptimierung bis hin zu einem positiven Auftreten auf Web-Portalen und in sozialen Medien reicht. Auch im Recruiting sollten Betriebe Chancen für sich nutzen und im Wettbewerb um den Nachwuchs von morgen überzeugen. Letztendlich ist es entscheidend, sich von der Masse abzuheben und für die eigenen Kund:innen relevante Inhalte zu bieten, um in der digitalen Welt erfolgreich zu sein. Doch leider ist es oftmals gar nicht leicht, die vielen Baustellen des eigenen Online-Auftritts zu beheben. Wer sich den Überblick in der digitalen Welt bewahren will, kann auf das Angebot [SELLWERK Prime](#) zurückgreifen. Hier können Unternehmen die Themen der Onlinewelt mit der Hilfe von Profis an einem Ort gesammelt in Angriff nehmen und auch kostenlose Schnittstellen nutzen.

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist.

Pressekontakt Agentur

Christina Schoof | Mashup Communications | +49.30. 832.119.74 |
sellwerk@mashup-communications.de

Kontakte SELLWERK**Frank Schieback**

CMO – Marketing/Produkt
frank.schieback@sellwerk.de

Angela Steinhart

Leiterin Markenkommunikation
angela.steinhart@sellwerk.de