



So profitieren Unternehmen vom mobilen Internet

Leitfaden Version 1.0 – Stand 2/2013

Inhaltsverzeichnis

- Die Zeiten haben sich geändert
- Prüfen Sie die Bedeutung für Ihre Branche
- Welche unternehmerischen Ziele können unterstützt werden?
- Promoten Sie Ihre WebApp online und offline
- Funktionen für mobile Nutzer
- Brainstorming: Ideen ohne Grenzen

Die Zeiten haben sich geändert

- Es gibt 29,5 Mio. Smartphones in Deutschland
- 50% der Internetzugriffe erfolgen mobil
- Das mobile Hochgeschwindigkeitsnetz LTE kommt
- 55% surfen täglich mobil
- 90% suchen nach lokalen Informationen
- 24/7 – das Smartphone ist fast immer in der Nähe seines Besitzer

Prüfen Sie die Bedeutung für Ihre Branche

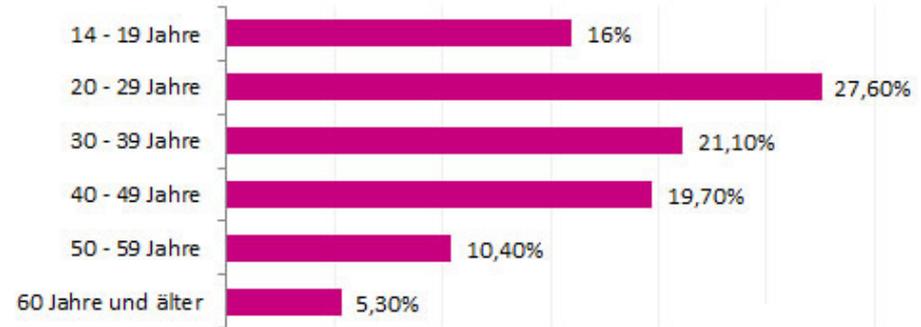
- Nach Altersstruktur
- Nach vorhandenem Traffic
- Nach Suchanfragen bei Google
- Nach Wertschöpfung

Prüfen Sie die Bedeutung für Ihre Branche

Altersstruktur – Verteilung der mobilen Nutzer

- Zwar nutzen die 14-29-Jährigen relativ betrachtet das mobile Internet am meisten. Absolut betrachtet haben aber auch ältere Zielgruppen einen hohen Anteil.

Altersstruktur der Mobile User
in Prozent

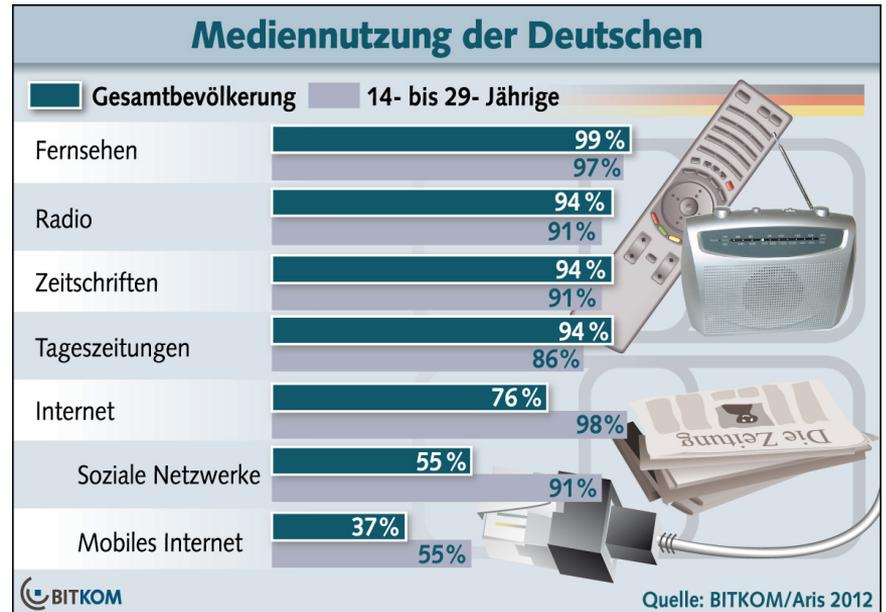


Quelle: AGOF mobile facts 2012 I

Prüfen Sie die Bedeutung für Ihre Branche

Altersstruktur – Mediennutzung

- Wer die 14-29-Jährigen als Kernzielgruppe hat, profitiert derzeit am meisten von mobilem Marketing



Prüfen Sie die Bedeutung für Ihre Branche

Nach vorhandenem Traffic

Jetzt ist Webanalyse angesagt. So können Sie exakt ablesen, wie hoch der Anteil des mobilen Traffics derzeit ist. Wichtig ist, dass Sie nur die Anzahl der Besucher (Unique Visitors) vergleichen. Denn mobile Nutzer werden auf einer nicht mobil-optimierten Website keine Seitenaufrufe erzeugen.

- Haben Sie ein Webanalyse-Tool im Einsatz?
- Falls ja, fragen Sie Ihren Webmaster, der einen Report erstellt.
- Falls nein, installieren Sie so schnell wie möglich Google Analytics und zeichnen Sie 1-3 Monate Daten auf.

<http://www.google.com/analytics/>

Prüfen Sie die Bedeutung für Ihre Branche

Nach Suchanfragen bei Google

Nutzen Sie das Adwords Keyword Tool und erfahren Sie wie viele Menschen nach Ihnen suchen. Um die Anzahl der mobilen Suchanfragen zu erfahren wählen Sie die erweiterte Option „Geräte: Mobiltelefone“

- <https://adwords.google.com/o/KeywordTool>

The screenshot displays the Google AdWords Keyword Tool interface. At the top, it says 'Keywords suchen' and 'Basiert auf mindestens einem der folgenden Werte:'. Below this, there are input fields for 'Wort oder Wortgruppe' (containing 'Zahnarzt Koblenz', 'Restaurant Koblenz', 'Fahrschule Koblenz', 'Immobilien Koblenz', and 'Rechtsanwalt Koblenz'), 'Website' (containing 'www.google.com/page.html'), and 'Kategorie' (containing 'Bekleidung'). There are also checkboxes for 'Nur Ideen anzeigen, die meinen Suchbegriffen sehr ähnlich sind' and 'Erweiterte Optionen und Filter'. A blue 'Suchen' button is visible. Below the search bar, there are tabs for 'Keyword-Ideen' and 'Anzeigengruppen-Ideen (Beta)'. The 'Keyword-Ideen' tab is active, showing a table of search terms. The table has columns for 'Keyword', 'Wettbewerb', 'Monatliche globale Suchanfragen', and 'Monatliche lokale Suchanfragen'. The search terms listed are 'zahnarzt koblenz', 'restaurant koblenz', 'fahrschule koblenz', 'immobilien koblenz', and 'rechtsanwalt koblenz'. The table also shows a 'Sortiert nach Relevanz' dropdown and a 'Spalten' dropdown.

Keyword	Wettbewerb	Monatliche globale Suchanfragen	Monatliche lokale Suchanfragen
<input type="checkbox"/> zahnarzt koblenz	Hoch	1.000	880
<input type="checkbox"/> restaurant koblenz	Mittel	2.900	2.900
<input type="checkbox"/> fahrschule koblenz	Mittel	390	390
<input type="checkbox"/> immobilien koblenz	Hoch	1.000	1.000
<input type="checkbox"/> rechtsanwalt koblenz	Mittel	480	480

Prüfen Sie die Bedeutung für Ihre Branche

Nach Wertschöpfung

Alle bisher genannten Methoden betrachten nicht die wirtschaftliche Dimension: „Was bringt Ihnen ein neuer Kunde?“. Ein Rechenbeispiel anhand einer mobilen Adwords-Kampagne:

100 Suchanfragen für Keyword A ergeben 20 Besucher auf Ihrer Website. 5 davon tragen sich in Ihren Email-Verteiler ein, um z.B. einen Gutschein zu erhalten. 1 wird Ihr Kunde und beschert einen Umsatz von 1.000 EUR

Umsatz aus Dienstleistung = 1.000 EUR
- 20 Besucher (Klicks) á 1,00 = 20 EUR

Umsatz einmalig 980 EUR

1000 Suchanfragen für Keyword A ergeben 200 Besucher auf Ihrer Website. 50 davon tragen sich in Ihren Email-Verteiler ein, um z.B. einen Gutschein zu erhalten. 25 werden Ihr Kunde und bescheren einen pro Kopf Umsatz von 30 EUR

Umsatz aus Gastronomie = 750 EUR
- 200 Besucher (Klicks) á 1,00 = 200 EUR

Umsatz einmalig 550 EUR
+ potentielle weitere Besuche

Welche unternehmerischen Ziele können unterstützt werden

- Neukundengewinnung
- Kundenbindung
- Umsatzsteigerung
- Gezielter Abverkauf durch Couponaktionen
- Bessere Auslastung von Kapazitäten
- Imagepflege – innovative Maßnahmen werden positiv wahrgenommen

Promoten Sie Ihre WebApp online und offline

Online

- Leiten Sie mobile Nutzer Ihrer klassischen Website per Script um
- Optimieren Sie auch Ihre mobile Website für Google & Co.
- Schalten Sie mobile Google Adwords
- Posten Sie Ihren QR-Code auf Facebook, Pinterest, Google+ und Twitter

Promoten Sie Ihre WebApp online und offline

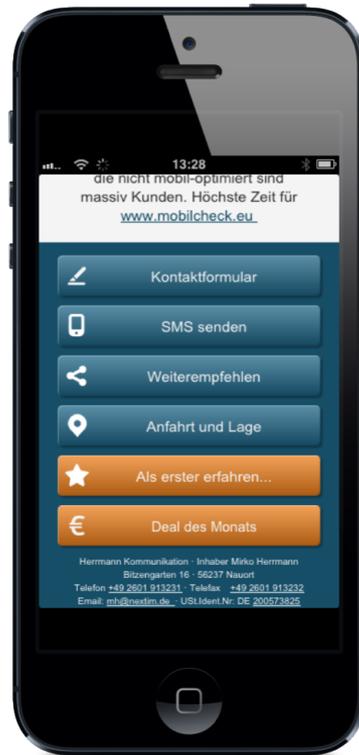
Offline

- Drucken Sie Ihren QR-Code auf alle Printmedien & Anzeigen
- Produzieren Sie Werbekarten zum Auslegen und Verteilen
- Führen Sie Couponaktionen durch

Funktionen für mobile Nutzer



Click-to-Call



Formlar, SMS,...



Google Maps



Social Share

Funktionen für mobile Nutzer



Home-Icon



Startscreen

Funktionen für mobile Nutzer



QR-Code



Mobiler Newsletter



Couponsystem

Brainstorming: Ideen ohne Grenzen

- Hochwertiger Werbekarte zum Verteilen auf Veranstaltungen, Messen, ...
- Werbekarte als Postwurfsendung verbinden mit Vorteilsaktion
- Mobilem Newsletter zur effizienten dauerhaften Kommunikation
- Kurzvorstellung per Video

Brainstorming: Ideen ohne Grenzen

- Social-Share-Kampagne: Wer Ihr Unternehmen weiterempfiehlt, bekommt...
- Kundenstopper in der Einkaufstraße: „20% Rabatt für Newsletter-Abonennten“
- Plakat in der Tiefgarage: „Folgen Sie Ihrem Smartphone direkt in unser Geschäft“ (Google Maps)

Brainstorming: Ideen ohne Grenzen

- Tageszeitabhängige Couponaktion: „Jetzt QR-Code einscannen und überraschen lassen“ (z.B. für Gastronomie)
- Geo-Lokalisierungs-Couponaktion: „Egal wo Sie sind, dieser QR-Code führt Sie zu einer unserer Filiale“

Brainstorming: Ideen ohne Grenzen

- Fitnessstudio Slogan:
„Wir mobilisieren Ihre Fitness“
- Gastro: „Sie posten, wir prosten“ (Social Share)
- Taxi: „Mobilisieren Sie sich ein Taxi“
- Fahrschule: „Wir machen(s) mobil“
- Mode: „Dein unfairer Vorteil: Sonderaktionen nur für Newsletter-Empfänger“

Besten Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.

NEXTIM Herrmann Kommunikation
Tel. 02601 913231

www.nextim.de • mh@nextim.de