

Greven Medien: Mit regionalem Marketing das Hochzeitsgeschäft ankurbeln

Köln, 2. Mai 2016. Das Hochzeitsgeschäft geht in die heiße Phase. Zeit für Händler, den saisonalen Anlass mit regionalem Marketing zu nutzen, um ihre Zielgruppen zu erreichen und Umsatz zu generieren. Die regionalen Kundenpotenziale sollten jetzt sowohl Blumenläden, Schmuckhändler wie auch Modegeschäfte für sich nutzen. Die Experten von Greven Medien wissen, wie man Aktivitäten bestmöglich aufeinander abstimmt und in eine erfolgreiche regionale Marketingstrategie einbettet.

Die Hochsaison, in der Verliebte sich das Ja-Wort geben, ist gestartet, die Kalender sind mit Hochzeitsterminen gefüllt. Kunden sind jetzt auf der Suche nach Kleidern, Anzügen, passendem Schmuck, Blumen oder Hochzeitsgeschenken. Dieses Potenzial sollten besonders auch Händler abseits der klassischen Hochzeitsprodukte nicht ungenutzt lassen und auf ihr Sortiment aufmerksam machen. „Der richtige regionale Marketingmix ist essentiell, um das regionale Kundenpotenzial für den eigenen Erfolg zu nutzen“, erklärt Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien. Entscheidend ist, dass gerade regionale Unternehmen die Möglichkeiten des Onlinemarketings nutzen. Kunden, die nach einem Produkt suchen, werden im Internet schnell und bequem fündig. Das gilt ebenso für Dienstleistungen und Waren aus dem nahen Umfeld.

Der richtige regionale Marketingmix für den Geschäftserfolg

Eine professionelle Website ist ein wichtiger Grundstein, denn viele Kunden informieren sich heute vor dem Kauf im Internet. Dabei sind die Ansprüche an das Informationsangebot hoch. Strukturierte Informationen, darunter Öffnungszeiten, Preislisten oder Kontaktdaten, sind besonders gefragt. Da zudem 40 Prozent der mobilen Suchen einen lokalen Bezug haben, ist responsives Design für eine nutzerfreundliche Darstellung auf mobilen Endgeräten ein entscheidender Faktor. Allerdings ist die Website nur die halbe Miete. Ein Händler sollte von seinen Kunden möglichst einfach online zu finden sein. Durch professionelle Suchmaschinenoptimierung (SEO) auf Basis häufiger Begriffe mit Hochzeitsbezug, haben besonders kleine Unternehmen die Möglichkeit, im Netz aus der Masse herauszustechen und sich neue Aufträge zu sichern. Dabei ist sowohl die On-Page-

Optimierung, durch Maßnahmen auf der eigenen Website, wie auch eine Off-Page-Optimierung, in Form von Querverweisen auf externen Websites, relevant.

Sinnvolle Ergänzung durch Local Listing und Mobile Marketing

Eine sinnvolle Ergänzung zu den klassischen On- und Off-Page-Maßnahmen stellt Local Listing dar. Dieser Service von Greven Medien unterstützt die Auffindbarkeit von Unternehmen bei Suchanfragen in Kombination mit einem Ortsnamen, z. B. „Hochzeitsmode Köln“. Suchmaschinen wie Google oder Bing bieten eigene Suchen, um lokale Unternehmen zu finden. Der Vorteil: Die Wahrscheinlichkeit auf der Suchergebnisseite gefunden zu werden steigt, und Interessenten sehen auf einen Blick wichtige Kontaktinformationen. Dabei kommt es als lokales Unternehmen nicht nur darauf an, besonders häufig gelistet zu sein, die Einheitlichkeit der Angaben auf Portalen wie GelbeSeiten.de, DasOertliche.de und DasTelefonbuch.de sind ebenfalls entscheidend. „Die Kontaktchancen sollte sich kein Unternehmen entgehen lassen. Je mehr einheitliche Citations es gibt, desto höher ist die Relevanz für Suchmaschinen“, betont Hünemohr. Einen weiteren effektiven Baustein im Suchmaschinenmarketing stellt die Suchmaschinenwerbung, wie zum Beispiel Google AdWords, dar. Individuelle Werbeanzeigen zum Unternehmen oder einem bestimmten Produkt erscheinen bei einem definierten Suchbegriff über den organischen Suchergebnissen sowie am rechten Rand. Besonders bei Google Ad Words sind Anzeigen, für beispielsweise Brautsträüße oder Kleider für Hochzeiten, aufmerksamkeitsstark und lenken den Kunden zu speziell angelegten Landingpages. Der positive Nebeneffekt: Händler generieren Traffic auf ihre Website.

An Mobile Marketing geht kein Weg vorbei

Ein besonderer Wachstumsmarkt ist Mobile Marketing. In einer von Greven Medien durchgeführten Studie bestätigen 78 Prozent der befragten Unternehmen, die Mobile Marketing nutzen, mit den Ergebnissen zufrieden zu sein. 63 Prozent sehen einen besonderen Vorteil in der hohen Aktualität der Werbebotschaften. Ein ideales Instrument des Mobile Marketings sind Location Based Ads. Über standortbezogene Werbung lassen sich Neukunden für ausgewählte Verkaufsaktionen gewinnen. Über Push-Nachrichten durch die App der Gelben Seiten, denen Nutzer zustimmen können, erhalten sie standortbezogene Informationen. Beim Einkauf kann ein Händler beispielsweise ideal auf eine Verkaufsaktion für Hochzeitsgeschenke aufmerksam machen und lockt Kunden, welche sich in einem zuvor ausgewählten

Radius um das Geschäft aufhalten, zu sich. „Regionales Marketing ist für kleine und mittelständische Unternehmen mit lokaler Ausrichtung ein entscheidender Faktor für den Geschäftserfolg“, erklärt Hünemohr. „Die besten Ergebnisse erzielt man, wenn die Maßnahmen optimal kombiniert in eine lokale Marketingstrategie eingebettet werden.“

Über die Greven Medien GmbH & Co. KG

Die Greven Medien GmbH & Co. KG ist bereits seit 1828 Partner für Unternehmen im lokalen Marketing. Als 360-Grad-Dienstleister bietet Greven kompetente Beratung bei lokalem Marketing im On- und Offline-Bereich sowie weitere Services, wie die Website-Erstellung, Suchmaschinenwerbung und -optimierung sowie Social-Media-Angebote. Greven Medien pflegt über 30.000 Kundenbeziehungen im Rheinland.

Weitere Informationen finden Sie online unter:



greven.de



www.greven.de/facebook



greven.de/twitter



greven.de/google+

Medienkontakt:

Counterpart Group GmbH · Carolin Lohmann / Juliane Sonntag · Kamekestr. 21 · 50672 Köln ·
Tel. 0221/95 14 41-61 / -905 · Fax 0221/95 14 41-50 · E-Mail carolin.lohmann@counterpart.de /
juliane.sonntag@counterpart.de.