

Die wichtigsten digitalen Trends für 2017

Fachbeitrag von Patrick Hünemohr, Geschäftsführer Greven Medien

Köln, 4. Januar 2017. Digitale Technologien bestimmen zunehmend unseren Alltag: der Einkauf im Onlineshop, die Kundenanfrage über die Unternehmenswebsite oder der Rabattcoupon über das Smartphone beim lokalen Händler. Die digitalen Trends sind marktbestimmend – und herausfordernd für Unternehmen. Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien, sieht 2017 folgende digitale Trends:

Einen Großteil unserer Zeit verbringen wir heute online, allerdings nicht vor dem heimischen Computer, sondern vor unseren Smartphones. Mobile First ist längst der Status quo. Trotzdem konzentrieren sich Unternehmen heute noch auf das klassische Web. Klare Indizien zeigen allerdings, wie wichtig das Thema Mobile für Unternehmen und Marken wird. So fallen in den USA [laut Comscore](#) die Hälfte aller Online-Minuten auf Apps. Zum anderen macht [Google den Mobilindex zum Hauptindex](#).

#Mobile first

Das heißt konkret: Die mobile Website ist Pflicht! Unternehmen, die keine haben, fallen aus der Sichtbarkeit des Mobilindex und damit dem Hauptindex, der alle Webadressen der Suchmaschine beinhaltet, die in der Ergebnisliste angezeigt werden. Hier bleibt Google konsequent: Ab jetzt stellt sich nicht mehr die Frage, ob es zur Desktop Version der Website eine mobile Variante gibt, sondern umgekehrt. Der Mobile Index und generell das Thema Suchmaschinenoptimierung, vor allem die mobile SEO, erlangen damit massiv an Bedeutung.

#SEO-Maßnahmen

Wir gelangen hiermit automatisch zum nächsten Trend: die Onpage-Optimierung. Maßnahmen auf der Website selbst werden wichtiger als je zuvor. Was zählt ist neben technischen Aspekten ganz besonders die Qualität des Inhaltes. Das Stichwort heißt Content Marketing – aus zweierlei Perspektiven. Zum einen muss der Content so aufbereitet sein, dass Websites gefunden werden. Zum anderen muss der Content zielgruppenspezifisch gestaltet werden, um eine hohe

Verweildauer zu erreichen. Auch Visualität spielt dabei eine wichtige Rolle, da das Gehirn Bilder schneller als Text verarbeiten kann. Ansprechende Bilder, Infografiken oder auch Tools wie 360-Grad-Darstellungen schaffen Aufmerksamkeit.

Nicht zu vergessen: die Offpage-Optimierung – und zwar nicht mehr nur für Google allein. Neben der meist verwendeten Suchmaschine spielt inzwischen ein weiterer Riese im SEO-Kosmos eine große Rolle: Amazon. Vertikale Suchmaschinen und Trafficquellen werden somit in 2017 noch wichtiger.

#Onlineshops und standortbezogene Werbung

Wir nähern uns mit dieser Entwicklung zwei wichtigen Aspekten: Individualisierung und Personalisierung. Kunden möchten Angebote – passgenau und exakt zugeschnitten. Verwenden Unternehmen ihre Daten richtig (und zugleich sensibel), schaffen sie völlig neue Erlebnisse für Kunden. Das gilt zum einen für Onlineshops: Diese sollten individuell ausgerichtet sein und genau die Aspekte bieten, die wir uns selbst wünschen. Sowohl für Onlineshops als auch im stationären Handel können Unternehmen Daten dazu nutzen, den Kunden persönlich anzusprechen. Eine große Chance besonders für den lokalen Handel, der so eine Brücke zwischen analog und digital schlagen kann. Das Stichwort lautet „Standortbezogene Werbung“ bzw. „Location-based Services“.

#Künstliche Intelligenz

Das Thema künstliche Intelligenz ist zwar noch immer ein experimentelles Feld, doch wir sind bereits soweit, dass zum Beispiel Bots den Kundenservice übernehmen können. „Machine Learning“ hält ebenfalls Einzug in den SEO-Kosmos – seit neuestem auch in die Google-Suche. Damit kündigt sich bereits eine neue Ära an, die vielleicht noch in 2017 den Trend „Mobile First“ vom Thron verdrängt.

Wichtig bleibt: Durch die rasante Entwicklung, die veränderte Mediennutzung und die Mobilisierung der Internetnutzung, stehen Unternehmen vor der Aufgabe, immer wieder neue und individuellere Kommunikationslösungen zu kreieren.

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+



digitales-viertel.de

Medienkontakt:

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