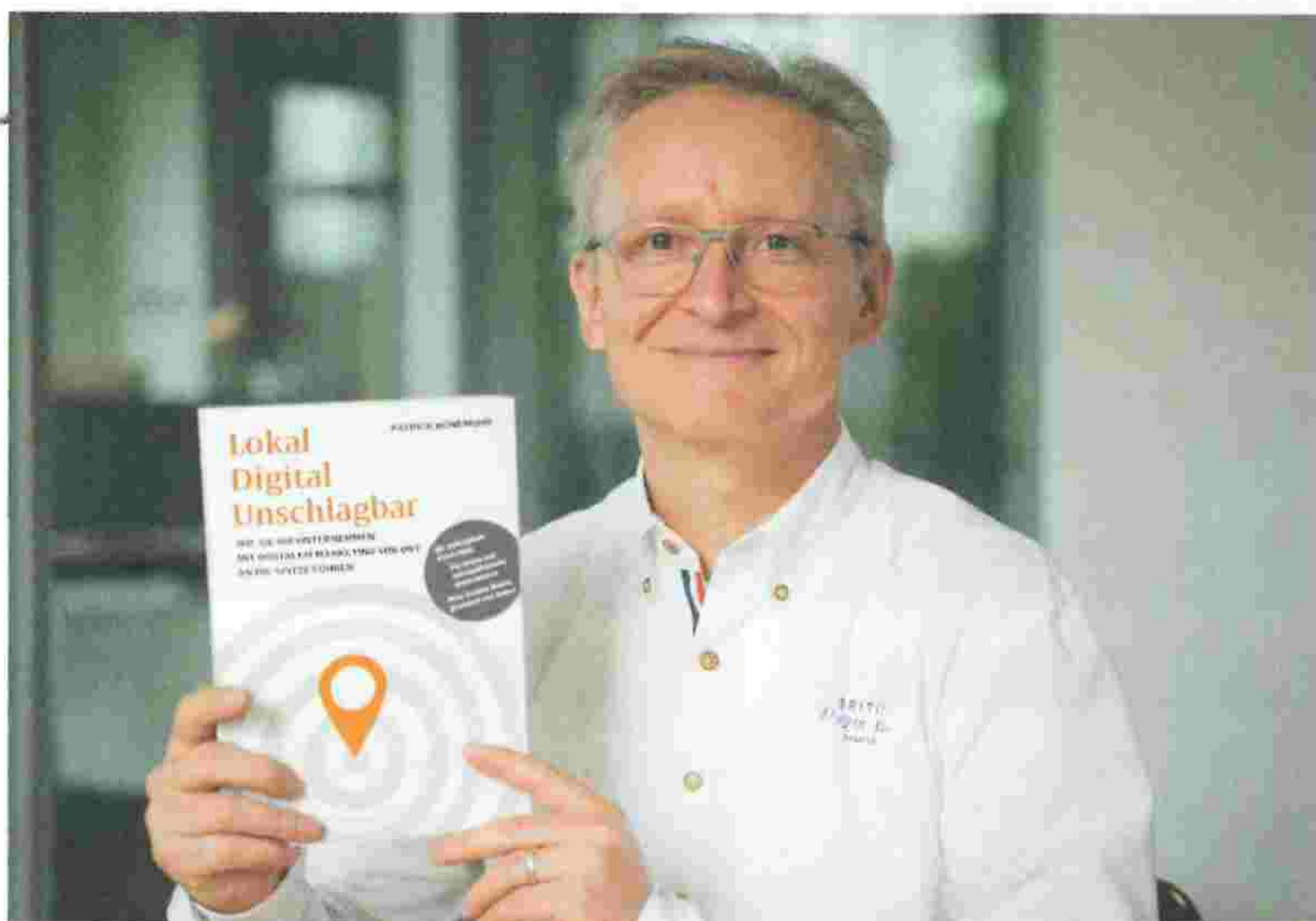


Wer jetzt keine gute Website hat ...



Patrick Hünemohr: „90 Prozent der Konsumenten nutzen das Internet, um lokale Firmen und Dienstleister zu finden“

... **der baut sich vielleicht** doch noch eine. Denn: „Jede dritte Suchanfrage bei Google ist eine lokale Suchanfrage“ – mit dieser Erkenntnis beginnt Patrick Hünemohr sein Buch *Lokal Digital Unschlagbar – Wie Sie Ihr Unternehmen mit digitalem Marketing vor Ort an die Spitze führen*. Der Ratgeber des langjährigen Geschäftsführers der Greven Unternehmensgruppe ist gerade im Greven Verlag erschienen. „90 Prozent der Konsumenten nutzen das Internet, um lokale Firmen und Dienstleister zu finden, und 33 Prozent aller Konsumenten tun dies sogar jeden Tag“, so Hünemohr. Was unmittelbar zur Folge hat, dass laut einer Umfrage etwa jeder Vierte es für unprofessionell hält, wenn ein Unternehmen keine eigene Website hat.

Klar, es gibt derzeit so viele Baustellen. Dennoch spricht einiges für die Überprüfung des eigenen Digitalauftritts – nicht zuletzt wurden gerade die Einreichfristen des Konjunkturprogramms Neustart Kultur verlängert. Mit insgesamt 20 Millionen Euro fördert die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) „zukunftsgerichtete Investitionen in Zeiten von Corona und danach“. Rund 1.000 Anträge sind bislang beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Kontakt: www.boersenverein.de/beratung-service/neustartkultur/) eingegangen. Darüber hinaus

können Buchhandlungen und Verlage noch länger von den Fördermitteln profitieren: Die Einreichungsfrist wird bis 31. Januar 2021 verlängert. Auch der Zeitraum für die Durchführung der Maßnahme wird verlängert bis zum 30. Juni 2021. Der Verwendungsnachweis ist bis spätestens acht Wochen nach Ende des geförderten Projektes zur Überprüfung der Projektdurchführung einzureichen.

Hünemohrs Ratgeber geht auf Aspekte wie Suchmaschinenwerbung, lokale Suchmaschinenoptimierung, Sprachsuche, Bewertungen, Google My Business, Contentmarketing, E-Mail-Marketing, Messengermarketing, Soziale Medien sowie standortbasiertes Marketing ein. Man merkt, dass der Autor aus der Praxis kommt: Er und seine Mitarbeiter beraten nach eigenen Angaben in bisher mehr als 5.000 Digitalprojekten kleine und mittelständische Firmen auf ihrem Weg zur erfolgreichen Onlinepräsenz. Zu vielen Erläuterungen präsentiert der Autor passende Fallbeispiele aus real existierenden Unternehmen, zahlreiche Expertentipps in oranger Signalfarbe verdeutlichen die Quintessenz. Am Ende jedes Kapitels verweisen QR-Codes auf weiterführende Links und Quellen.

Kontakt: www.greven-verlag.de