



HAUSMITTEILUNG

„LOKAL DIGITAL UNSCHLAGBAR“

Es liest sich flott und ist informativ

Konkrete und direkt umsetzbare Methoden mit praktischem Nutzwert stehen im Vordergrund. Ohne künstliche Aufregung und ohne Spezialwissen in Technik oder Marketing voranzutreiben, zeigt der Autor Patrick Hüsemohr anhand zahlreicher Beispiele leicht handhabbare Werkzeuge und Checklisten für Unternehmen, die lokal digital etwas erreichen wollen.

In leicht verständlichen Kapiteln werden Themen erklärt wie z.B. „Wie erstelle ich eine gute Webseite“ oder „Wie schaffe ich es auf die erste Seite bei Google?“, ebenso wie „Wie bekomme ich gute Bewertungen im Internet?“, „Was kann ich gegen eine schlechte Bewertung tun?“ und „Wie kann ich meinen Umsatz mit Online-Marketing steigern?“. Zu vielen Erläuterungen gibt es passende Fallbeispiele aus existierenden Unternehmen, zahlreiche Expertentips in oranger Signalfarbe verdeutlichen die Quersens. Am Ende jedes Kapitels verweisen QR-Codes auf weiterführende Links und Quellen.

Digitales Verständnis aktueller Veränderungen

Durch viele Beispiele mit 40 Grafiken entsteht auf 256 Seiten beim Leser ein digitales Verständnis für das, was die Unternehmenslandschaft von Ort zu Ort und in nächster Zukunft verändern können. Im zwölften und letzten Kapitel gibt der Autor auf Grundlage seiner über Jahrzehnte gesammelten Erfahrungen konkrete Handlungshinweise. Ein dringender Appell ist, auch mal völlig anders zu denken und wirklich den Kunden ins Zentrum der eigenen Anstrengungen zu stellen. Ein weiterer Hinweis gilt Strategien: zu akzeptieren und zu nutzen, daß bisher individuelle Serviceleistungen mit einer guten Marge zu absolut austauschbaren Produkten und Dienstleistungen werden, bei denen wie bei Benzin oder Strom aus der Steckdose fast nur noch der Preis entscheidet.

Kommunikation auf Augenhöhe

Insgesamt bietet das Buch einen Überblick über die Chancen digitalen lokalen Marketings und vermittelt die Grundlage zur besseren Kommunikation auf Augenhöhe zwischen Agrarern und Marketingexperten und deren Kunden vor Ort. Aber auch Digitalprofis werden sicher den einen oder anderen nachdenklichen Tip dazu finden, was wirklich wichtig ist beim digitalen lokalen Marketing.

Erschienen im Greven Verlag, Köln / ISBN 978-3-7743-0931-9
Preis 20,00 €

INHALT

WISSEN	WebBox in der DigitalBox Akkurat messen, einfach ablesen, kabellos übertragen	4
WIRTSCHAFT	Kein „Quoten-Diktat“ beim Bauen! Prämienanpassung in der privaten Krankenversicherung Kundenbindung: Geht doch!	5
SPECIAL	IT-Trends 2021	10
MESSEN	CES Las Vegas 2021: Virtuelle Technikkmesse	14
HARDWARE	Test Samsung Galaxy Note20+ Smarter Notizblock	16
SOFTWARE	Vergleichstest kaufmännische Lösungen: Das Handwerkers Bürogehilfe XRechnung: e-Rechnungen für Behörden und öffentliche Auftraggeber Digitale Rechnungsübermittlung ZUGFeRD 2.x/XRechnung Neue Büro-App: Weniger Büro, mehr Handwerk Dachdeckerbetrieb Klemens Ott: Ganz oben dabei sein Fußbodenbau Mikeska: Digitalisierung in vollen Zügen	18 24 25 26 27 29
NUTZFAHRZEUGE	Derüstspesialist Hadley: Wachstum und Sicherheit mit Mercedes-Benz Actros Testfahrt Opel Vivaro 4x4: Für Baustellen mit schwierigen Untergründen Saubere kalkuliert: Abo für e-Transporter mit Nutzfahrzeugzulassung	21 22 23
Impressum		8
TITELBILD	Handwerk schraubt am Image Ab Januar startet das Handwerk mit seiner neuen Imagekampagne und will damit unter anderem für die Ausbildungs- und Karriere- möglichkeiten in über 130 Ausbildungsberufen werben. www.handwerk.de	

„LOKAL DIGITAL UNSCHLAGBAR“

Es liest sich flott und ist informativ

Konkrete und direkt umsetzbare Methoden mit praktischem Nutzwert stehen im Vordergrund. Ohne künstliche Aufgeregt-heit und ohne Spezialwissen in Technik oder Marketing voraus-zusetzen, zeigt der Autor Patrick Hünemohr anhand zahlreicher Beispiele leicht handhabbare Werkzeuge und Checklisten für Unternehmer, die lokal digital etwas erreichen wollen.

In leicht verständlichen Kapiteln werden Themen erklärt wie z.B. „Wie erstelle ich eine gute Website?“ oder „Wie schaffe ich es auf die erste Seite bei Google?“, ebenso wie „Wie bekomme ich gute Bewertungen im Internet?“, „Was kann ich gegen eine schlechte Bewertung tun?“ und „Wie kann ich meinen Umsatz mit Online-Marketing steigern?“. Zu vielen Erläuterungen gibt es passende Fallbeispiele aus existierenden Unternehmen, zahlreiche Expertentips in oranger Signalfarbe verdeutlichen die Quintessenz. Am Ende jedes Kapitels verweisen QR-Codes auf weiterführende Links und Quellen.

Digitales Verständnis aktueller Veränderungen

Durch viele Beispiele mit 40 Grafiken entsteht auf 256 Seiten beim Leser ein digitales Verständnis für das, was die Unterneh-menslandschaft vor Ort jetzt und in nächster Zukunft verändern könnte. Im zwölften und letzten Kapitel gibt der Autor auf Grundlage seiner über Jahrzehnte gesammelten Erfahrungen konkrete Handlungshinweise. Ein dringender Appell ist, auch mal völlig anders zu denken und wirklich den Kunden ins Zentrum der eigenen Anstrengungen zu stellen. Ein weiterer Hinweis gilt Strategien: zu akzeptieren und zu nutzen, daß bisher individuelle Serviceleistungen mit einer guten Marge zu absolut austauschbaren Produkten und Dienstleistungen werden, bei denen wie bei Benzin oder Strom aus der Steckdose fast nur noch der Preis entscheidet.

Kommunikation auf Augenhöhe

Insgesamt bietet das Buch einen Überblick über die Chancen digitalen lokalen Marketings und vermittelt die Grundlage zur besseren Kommunikation auf Augenhöhe zwischen Agenturen und Marketingexperten und deren Kunden vor Ort. Aber auch Digitalprofis werden sicher den einen oder anderen nachden-kenswerten Tip dazu finden, was wirklich wichtig ist beim digitalen lokalen Marketing.

Erschienen im Greven Verlag, Köln / ISBN 978-3-7743-0931-9
Preis 20,00 €