



SEMINAR

Regionales Online-Marketing

Zahlreiche Kunden informieren sich im Internet vor dem Kauf darüber, welcher Händler für den Bedarf am besten geeignet ist. Dabei wird die Informationssuche mehr und mehr unter Berücksichtigung der Region durchgeführt. Das geschieht über das stationäre Internet oder über mobile Endgeräte (Smartphones). Inzwischen kann dabei der Standort des Nutzers berücksichtigt werden („Location Based Services“).

Für mittelständische Einzelhändler entstehen neue Chancen, ihr Angebot im (mobilen) Internet regionalisiert zu platzieren. Durch professionelles Suchmaschinenmarketing und neue Optionen der Suchmaschinenoptimierung können hervorgehobene Platzierungen auf Suchergebnisseiten gelingen, wenn ein Nutzer etwa nach einem Produkt in einer Stadt oder Region sucht. Ferner wird es bedeutsamer, regional ausgelegte Internetportale in die Marketingstrategie einzubeziehen. Auch Bewertungsportale, Couponingdienste und soziale Medien spielen dabei eine zunehmend wichtigere Rolle.

ZIELGRUPPE: stationäre Händler, Online-Händler sowie Multichannel-Anbieter

SEMINARLEITUNG

Prof. Dr. Klaus Gutknecht

TERMIN

31. Januar/01. Februar 2012
(2 Tage)

ORT

Kloster Seeon

MAX. 16 TEILNEHMER

Seminarbeitrag
pro Teilnehmer für die
Verpflegung: 25,68 Euro

PROGRAMM

- Mobiles Internet und Location Based Services
- Einsatz und Optimierung der Online-Marketing-Instrumente für die regionalisierte Vermarktung
- Aktivierung von „Multichannel-Kaufprozessen“
- Neue Möglichkeiten für das Online-Couponing und Mobile Couponing
- Erarbeitung einer Umsetzungsstrategie mit praktischen Übungen