

EINLEITUNG

In Zeiten wie diesen kommt es darauf an, digital präsent zu sein. Kleinunternehmen, die eine optimierte Website haben, auf Social Media aktiv sind und/oder ihre Angebote an Lieferdienste anbinden, können so nicht nur ihre bisherigen Kunden weiter bedienen, sie können auch neue Kunden von sich überzeugen.

Wichtig ist es dabei, dass du – als Einzelhändler, Gastronom oder Dienstleister – von Kunden nicht nur gefunden wirst, sondern auch aktiv das Gespräch suchst – etwa per Newsletter, Social Media oder über eine bereits bestehende Plattform z.B. Online Marktplatz für lokale Unternehmen.

Wichtig dabei ist, dass potenzielle Kunden sofort verstehen, welche Produkte und Services du anbietest und wer hinter dem Angebot steht.

In erster Linie sollten Onlineauftritte schnell Informationen liefern und vor allem verständlich sein. Hochwertige und authentische Inhalte vermitteln dem Kunden ein gutes Gefühl für den Service oder die Produkte, die angeboten werden.

Die folgenden Leitfäden* geben Dir einen ersten Überblick verschiedener Möglichkeiten, die du ergreifen kannst, um mit deinem Geschäft online zu gehen.

#miagehnonline

PROBLEMSTELLUNG & ZIEL DEFINIEREN

Problemanalyse

Wenn du ein Problem hast, solltest du zunächst herausfinden, was tatsächlich für Herausforderungen vorhanden sind und ob es nicht sogar Stärken und Möglichkeiten gibt, die dir helfen das Problem zu lösen. Hierfür könntest du eine SWOT-Analyse durchführen. Diese zeigt dir sehr genau, welche Vor- und Nachteile, aber auch welche Risiken du aktuell und/oder in Zukunft haben wirst. Es ist eine Art Bestandsaufnahme und du kannst dir durch die SWOT-Analyse einen schnellen Überblick über deine aktuelle Situation skizzieren.

*Bitte beachte, dass die abgebildeten Leitfäden lediglich einen kleinen Auszug vieler Möglichkeiten aufzeigen, welche bei der Initiative Mia gehn online zum Einsatz kamen.

Stärken (Strength)

- Was lief in der Vergangenheit gut?
- Was kann mein Unternehmen besser als die anderen?

Definition des Lösungsansatzes

- SEO steht für „Search Engine Optimization“. Es ist der Oberbegriff aller Maßnahmen, die helfen eine Webseite in den unterschiedlichen Suchmaschinen (z. B. Google, Amazon, YouTube etc.) basierend auf den Suchanfragen (Keywords) weit oben in der Liste zu platzieren. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit viel Traffic (Besuche auf der Website) zu erzeugen.
- Durch das schnellere Finden im Internet (z. B. via Google), wird eine höhere Reichweite generiert

Wichtige Hinweise

- Webseite auf dem neuesten Stand halten, z. B. durch regelmäßige Updates oder Blogbeiträge
- Verwendung von Tags (Markierungen / Beschilderung / Kategorisierung), um die Webseite im Internet schneller auffindbar zu machen. Um die Reichweite zu erhöhen, können die Tags in zwei Sprachen angegeben werden

Tools

- SSL Zertifikate
- Keyword Planer
- [Google Analytics](#)

Teilnehmer Best Practices

- [Katrin Zwickl - Physiotherapie](#)
- [Sebastian Steinacker - Buchhandel](#)

Kosten Beauftragung

€

Schwierigkeitsgrad Selbstumsetzung



PROBLEMSTELLUNG & ZIEL DEFINIEREN

Ziele definieren

Was sind eigentlich deine Ziele? Möchtest du deinen Bekanntheitsgrad steigern? Kunden binden? Neue Kunden gewinnen? Absatz erhöhen? Angebot durch Feedback weiterentwickeln? Oder einfach dein Image festigen oder verbessern?

Dein Ziel definierst du am besten mit der SMART-Methode:

- **Specific (Spezifisch)** - Was sind deine Ziele? Wer ist der Kunde? Wie könntest du dein Vorhaben umsetzen? Wo (z. B. auf welcher Plattform)? Beantworte die wichtigsten W-Fragen.
- **Measurable (Messbar)** - Lege Kriterien zur Messbarkeit und Analyse fest, z. B. Follower, Likes, Klicks etc.
- **Achievable (Attraktiv/Erreichbar)** - Ziele sollten angemessen und erreichbar sein - Welche Ressourcen sind vorhanden/werden benötigt? Welche Ziele sind für die Zielgruppe umsetzbar?
- **Realistic (Realistisch)** - Sind meine Ziele umsetzbar?
- **Timed (Terminiert)** - In welchem Zeitraum werden die Maßnahmen durchgeführt?

Kosten Beauftragung

€

Schwierigkeitsgrad Selbstumsetzung

