

10 Maßnahmen zur Umsatzsteigerung mit Markatus

Ihre Markatus
Location Marketing Cloud
ist Ihre Superkraft.



Sie sind Ihrer Konkurrenz direkt einen Quantensprung voraus, wenn Sie die Location Marketing Cloud einsetzen. Aber reizen Sie auch alle Möglichkeiten voll aus, die Ihnen die Lösung von Markatus bietet?

Location Marketing spielt eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, Ihr Unternehmen für Kunden sichtbar zu machen und sie zu Ihrer Ladentür zu bringen. Um das zu erreichen, sollten Sie aktiv alle Register ziehen und den vollen Funktionsumfang nutzen.

Ergreifen Sie mit den folgenden 10 Maßnahmen die Initiative und nutzen Sie alle Vorteile Ihrer *Markatus* Location Marketing Cloud.

1. Vervollständigen Sie alle Ihre Profildaten

Es ist für Sie sicher nichts Neues, dass Unternehmensname, Adresse, Telefonnummer und Geschäftskategorie vollständig eingetragen sein sollten. Denken Sie aber auch an weitere wichtige Informationen wie Website, E-Mail-Adresse, Öffnungszeiten, Keywords, Beschreibung, Logo und Fotos. Wenn Kunden auf Google My Business (GMB) eine Frage an Sie stellen, beantworten Sie diese und bereichern Sie damit Ihren Auftritt: Mit einem vollständigen Profil werden Kunden Ihr Unternehmen als professionell wahrnehmen und sich eher dazu entscheiden, Sie aufzusuchen. Benötigen Sie Hilfe bei der Vervollständigung Ihrer Daten? Das Feature Profilver schläge von Markatus ist ein idealer Start!



Mit mehr als **90 %** des gesamten Suchvolumens im Internet hat Google fast eine Monopolstellung.¹

¹ <https://sparktoro.com/blog/2018-search-market-share-myths-vs-realities-of-google-bing-amazon-facebook-duckduckgo-more/>



2. Verbinden und verifizieren Sie Ihr Google-My-Business-Profil

An Google My Business führt kein Weg vorbei, wenn Sie Ihr Unternehmen in den Top-Ergebnissen der größten Suchmaschine platzieren möchten – allerdings funktioniert das nur, wenn Sie Ihr GMB-Profil mit der Location Marketing Cloud verbinden und die Verbindung verifizieren. Nutzen Sie die Chance auf ein perfektes Ranking und machen Sie dies zu Ihrem ersten Handlungsschritt.

79 % aller globalen Desktop-Suchanfragen im Jahr 2017 liefen über Google.²

² <https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx>

3. Binden Sie Social Media mit ein

Verknüpfen Sie Ihre Social-Media-Accounts mit der Location-Marketing-Plattform: Dadurch können Sie individuelle Postings veröffentlichen und ihre Wirkung nachverfolgen, aber auch Kundeninteraktionen und -bewertungen im Blick behalten sowie auf diese reagieren. Alles von einem zentralen Kontrollpunkt aus.

90 % der KMUs geben an, dass Social Marketing ihre Unternehmenspräsenz verbessert hat. **75 %** sagen, dass es zu mehr Besuchen geführt hat.³

³ <https://smallbiztrends.com/2016/12/social-media-marketing-statistics.html>



4. Verbessern Sie Ihre Listings mit Multimedia-Inhalten, Veranstaltungen und mehr

Wussten Sie, dass Sie verschiedene Inhaltsformate zu Ihrem GMB-Profil hinzufügen können? Dazu gehören Bilder, Videos, Postings, Veranstaltungen, Fragen & Antworten (Q&A) sowie die Möglichkeit, direkt Buchungen vorzunehmen. Mit solchen Inhalten stellen Sie nicht nur einen direkten Draht zu Ihren Kunden her, sondern verbessern auch Ihr Ranking bei der lokalen Suche!

Google zeigt bei einer Umgebungssuche drei Top-Ergebnisse an – das sogenannte Local 3-Pack. Ob ein Geschäftsstandort dazu gehört oder nicht, hängt zu **25 %** von den Inhalten auf Google My Business ab.⁴

⁴ <https://moz.com/local-search-ranking-factors>



5. Kümmern Sie sich um schlechte Bewertungen

94 % der Konsumenten sagen, dass eine schlechte Bewertung sie davon abgehalten habe, ein Geschäft zu besuchen. Und 89 % sagen, dass sie die Antworten eines Geschäfts auf solche Bewertungen lesen.⁵

Das bedeutet: Potenzielle Kunden schauen genau hin und erwarten, dass ein Unternehmen auf schlechte Bewertungen reagiert – gleichzeitig erleben 63 %, dass ein Unternehmen nicht auf Ihre Bewertung reagiert hat.⁶ Für Sie ist das die Gelegenheit, sogar aus negativen Bewertungen etwas Positives zu machen: Sorgen Sie zum Beispiel für eine Wiedergutmachung und zeigen Sie potenziellen Kunden, dass Sie aufmerksam sind. Markatus unterstützt Sie dabei und benachrichtigt Sie bei neuen Bewertungen: So bleiben Sie auf dem Laufenden – bei guten wie bei schlechten Bewertungen – und wissen Bescheid, wenn ein Kunde auf Ihre Antwort reagiert.

53 % der Konsumenten erwarten, dass ein Unternehmen innerhalb einer Woche auf eine schlechte Bewertung reagiert.⁷



⁵ <https://www.brightlocal.com/learn/local-consumer-review-survey/>

⁶ <https://www.reviewtrackers.com/online-reviews-survey/>

⁷ <https://www.brightlocal.com/learn/local-consumer-review-survey/>

6. Nutzen Sie das Potenzial positiver Bewertungen



Die Hälfte der Konsumenten schauen vor einem Kauf nach positiven Bewertungen.⁸ Die gute Nachricht für Sie ist, dass 71 % der Kunden gerne ein Unternehmen bewerten, wenn sie danach gefragt wurden.⁹ Aus diesem Grund sollten Sie zufriedene Kunden motivieren, ihre Erfahrungen mit anderen zu teilen. Vergessen Sie nicht, hin und wieder auch auf positive Bewertungen zu reagieren: So teilen Sie Ihre Dankbarkeit mit und lassen zukünftige Kunden wissen, dass sie Ihnen am Herzen liegen.

Antworten wirken: Jeder dritte Kunde, der auf seine Beschwerde hin eine Antwort erhält, formuliert die Bewertung positiv um. **34 %** nehmen die Beschwerde ganz zurück.¹⁰

⁸ <http://www.pewinternet.org/2016/12/19/online-reviews/>

⁹ <https://searchengineland.com/70-consumers-will-leave-review-business-asked-262802>

¹⁰ <https://uberall.com/en/blog/2019/location-marketing-5-signs-you-should-prioritise-it-in-2019>


7. Schaffen Sie Relevanz mit saisonalen Postings, Events und Aktionen

Listings und Social-Media-Profilen sind ein mächtiges Instrument, um Ihrer Online-Präsenz mehr Persönlichkeit zu geben und über die Themen zu sprechen, die für Sie und Ihre Kunden wichtig sind: Beziehen Sie sich bei Social-Media-Postings zum Beispiel auf Feiertage oder einen Saisonbeginn, greifen Sie anstehende Veranstaltungen und lokale Themen auf. Mit der Markus Location Marketing Cloud steuern Sie diese Inhalte von einer zentralen Stelle aus und haben Zugriff auf Ihre eigene Vorlagen-Bibliothek, um wiederkehrende Postings einfach und schnell zu veröffentlichen.

Faustregel: **10 %** Ihrer Postings sollten Eigenwerbung sein. **30 %** redaktionelle Inhalte, die von Ihnen stammen. **60 %** der Postings sollten relevante Inhalte aus fremden Quellen sein.¹¹

¹¹ https://medium.com/@stevenduran_96808/social-medias-30-60-10-principle-not-too-hot-not-too-cold-b04d8cc45d21





8. Machen Sie Ihre Standorte attraktiver für Ihre lokale Kundschaft

Das Web ist zwar worldwide, dennoch sollten Ihre Listings für die lokale Kundschaft zugeschnitten sein. Ein Drittel der lokalen Unternehmen versuchen nicht einmal, mit Google das stationäre Geschäft anzukurbeln¹² und verpassen damit zahlreiche Kunden, die ihre Suche online beginnen.¹³ Hier steckt ein großes Potenzial für Sie: Passen Sie Ihre Google-Listings an, indem Sie relevante Attribute ergänzen, nach denen lokale Kunden suchen. Als Restaurant können Sie beispielsweise hinzufügen: "Sitzplätze im Freien", "Rollstuhlgerechter Eingang" oder "Vegetarische Gerichte". Als Einzelhändler geben Sie Informationen zu Ihrer Produktauswahl an.

1 von 3 lokalen Geschäften ist auf Google My Business nicht gelistet.¹⁴

¹² <https://www.billhartzer.com/local-search/research-reveals-sad-state-google-business-listings/>

¹³ <https://www.digitalcommerce360.com/2018/11/28/the-untapped-opportunity-of-online-near-me-searches/>

¹⁴ <https://www.billhartzer.com/local-search/research-reveals-sad-state-google-business-listings/>

9. Optimieren Sie Ihre Standorte für Sprachsuche

87 % der Konsumenten suchen online nach Services und Produkten. Viele von ihnen verwenden ihr Smartphone, während sie bereits unterwegs sind und nutzen Sprachassistenten wie Siri, Cortana oder Google Assistant. Um hier unter den Top-Ergebnissen zu sein, brauchen Sie plattformübergreifend einheitliche und vollständige Listings – allen voran bei Google, Bing und Yelp. Verwenden Sie eine natürliche, gesprochene Sprache bei Ihren Beschreibungen und denken Sie an die passenden Google-Attribute sowie Listing-Keyworts. Damit schaffen Sie die Grundlage, um bei einer Sprachsuche das Top-Ergebnis zu sein.

76 % der Leute, die per Smartphone nach einem lokalen Geschäft suchen, besuchen dieses innerhalb eines Tages. **28 %** tätigen einen Kauf.¹⁵

¹⁵ <https://www.thinkwithgoogle.com/data/mobile-near-me-searches/>




10. Beobachten Sie die Stimmung Ihrer Kunden und Ihre eigene Performance

Auch wenn schlechte Bewertungen weh tun: Sie sind ein Geschenk! Denn durch dieses Feedback erfahren Sie, wie und wo Sie besser werden müssen. Mit der Location Marketing Cloud von Markatus analysieren Sie die Zufriedenheit Ihrer Kunden und identifizieren Wachstumspotenziale. So sehen Sie in Ihrem Dashboard unter anderem die 100 am häufigsten verwendeten Begriffe in Kundenbewertungen und erfahren direkt, wo Handlungsbedarf besteht.

80 % aller Unternehmen glauben, einen großartigen Kundenservice zu machen – nur **8 %** der Kunden stimmen dem zu.¹⁶

¹⁶ <https://medium.com/@CMcVoy/80-of-ceos-believe-they-deliver-superior-customer-experience-661efabd16b0>





Die Location Marketing Cloud von Markatus ist eine umfangreiche Lösung, um Kunden in Ihre lokalen Geschäftsstandorte zu bringen. Nutzen Sie das volle Potenzial?

Nehmen Sie Kontakt zu uns auf und erfahren Sie, wie Sie noch mehr herausholen:

E-Mail: info@markatus.de
Tel. 09561/97345-00
www.markatus.de



MARKATUS

