

EFFEKTIVE WERBUNG: ONLINE SÄEN, OFFLINE ERNTEN

Veröffentlicht am 16. August 2012 von Annette

Offline-Werbung hier, Online-Werbung da - diese Zeiten sind vorbei. Lokale Geschäfte profitieren bereits jetzt in hohem Maß von Online-Shops. [...]

Offline-Werbung hier, Online-Werbung da - diese Zeiten sind vorbei. Lokale Geschäfte profitieren bereits jetzt in hohem Maß von Online-Shops. In Zukunft wird die Verknüpfung eines Ladengeschäfts vor Ort mit Plattformen im Internet eine noch größere Rolle spielen. Denn wer online kauft reagiert auch auf Offline-Werbung - und umgekehrt. Aber wie kann sowas konkret aussehen? Welche Möglichkeiten sind denkbar?

Vorweg: Machen Sie auf sich aufmerksam!

Als erstes sollte man ganz allgemein sicher gehen, dass die Webseite alle nötigen Informationen zum vorhandenen Ladengeschäft wie **Öffnungszeiten, Anfahrt und Telefonnummer** enthält. Ebenso sollte im Ladengeschäft und auf **Visitenkarten, Flyern, Autobeschriftungen, Email-Signaturen** und Ähnliches die Internetadresse der Unternehmensseite zu finden sein. Werben Sie für Ihre Webseite, sonst finden Sie Ihre Kunden nicht oder nur durch Zufall.

Wie schaffe ich eine Verbindung zwischen Webseite und Filiale?

- Ermöglichen Sie Ihren Kunden, Produkte online zu bestellen und **in der Filiale abzuholen**.
- Schaffen Sie andersherum die Möglichkeiten, Produkte **im Laden online zu bestellen** - besonders, wenn Sie sperrige Ware verkaufen.
- Spezielle **Coupon- oder Rabatt-Aktionen** in einzelnen Online-Vertriebskanälen wie Facebook oder Blog locken zusätzliche Kunden ins Ladengeschäft und sind einfach und schnell zu erstellen.
- Verteilen Sie **Gutscheine** im Geschäft, die im Webshop einzulösen sind. (Eine Strategie, die Thalia beispielsweise seit Längerem betreibt.)
- Benutzen Sie **Newsletter**, um sich bei Ihren Kunden in Erinnerung zu rufen oder exklusive Gutscheine zu verschenken. Dafür können Sie vorher im Ladengeschäft **Email-Adressen** sammeln oder auf die Möglichkeit, sich in den Newsletter einzutragen, hinweisen.
- Drehen Sie ein **Unternehmensvideo**, das Ihren Kunden im Internet einen Einblick in Ihre Filiale gewährt. So schaffen Sie Vertrauen und Sympathie und wecken im besten Fall Interesse, Ihr Geschäft zu besuchen.

Kunden haben unterschiedliche Präferenzen, was das Einkaufen betrifft. Und egal, ob jemand lieber

in seinem Schlafanzug von zuhause aus bei Ihnen einkauft oder zu Ihnen ins Geschäft kommt - bieten Sie alle Möglichkeiten und locken Sie mit besonderen Angeboten und neuen Produkten. Denn Umsatz ist Umsatz, online und offline.

Haben Sie noch weitere Ideen, wie man Online- und Offline-Marketing kreativ verbinden kann?