

„LOKAL DIGITAL UNSCHLAGBAR“

Es liest sich flott und ist informativ

Konkrete und direkt umsetzbare Methoden mit praktischem Nutzwert stehen im Vordergrund. Ohne künstliche Aufgeregtheit und ohne Spezialwissen in Technik oder Marketing voraussetzen, 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 Unternehmenslandschaft 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 nachdenkenswertem 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 €