



Regionales Online Marketing für den Mittelstand zunehmend wichtiger

KWP, Agentur für digitale Kommunikation, positioniert mittelständische Unternehmen, Arztpraxen, Freiberufler, Handwerksbetriebe und selbstständige Unternehmer prominent in Google

Neu-Isenburg, 06.12.2011 – Online gefunden zu werden ist für mittelständische Unternehmen, Arztpraxen, Freiberufler, Handwerksbetriebe und selbstständige Unternehmer zunehmend wichtiger, denn vor allem regionale Anbieter werden heute online gesucht. KWP, Agentur für digitale Kommunikation, hat seit 2009 Erfahrung in der Suchmaschinenoptimierung und weiß, worauf es ankommt, um im Web einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Wer online nach einem Unternehmen, einer Dienstleistungen oder einem Produkt sucht, grenzt seine Suche regional ein und genau an diesem Punkt setzt KWP an.

Online regional gesucht und gefunden werden – mit Eindruck

KWP setzt im regionalen Online Marketing auf zwei Maßnahmen: Die Optimierung des Google-Branchenbucheintrags und die regionale Positionierung eines Videos.

Google stellt mit Google Places Unternehmen eine Möglichkeit zur Verfügung, mit dem sich Unternehmen positionieren, präsentieren und auf die eigene Homepage verweisen können. KWP verhilft mittelständischen Unternehmen wie Arztpraxen, Freiberuflern, Handwerksbetrieben und selbstständigen Unternehmern mit einer Optimierung des Google-Branchenbucheintrags sich von Mitbewerbern abzuheben und unter relevanten Suchbegriffen in Google gefunden zu werden. „Viele Smartphone Nutzer suchen direkt in Google Maps und finden unsere optimierten Branchenbucheinträge, womit unsere Kunden auch mobil optimal gefunden werden,“ zeigt Alois Wollnik, Geschäftsführer von KWP, einen weiteren Aspekt der Optimierung des Branchenbucheintrags auf.

Video Marketing ist die zweite Möglichkeit, mit der KWP den Onlineauftritt regionaler Unternehmer optimiert. KWP positioniert Videos unter geschäftsrelevanten Suchbegriffen in Suchmaschinen und Videoportalen so, dass sie gut gefunden werden. Denn nur wenn ein Firmen- oder Produktvideo gefunden wird, kann es auch als Maßnahme zur Neukundenakquise dienen: Wer das Video findet, findet darüber auch das Unternehmen. „In unserer stark visualisierten Informations- und Unterhaltungswelt werden immer mehr Videos angeschaut und das überall und jederzeit dank Smartphones und Tablet PCs,“ betont Kai Kippenbrock, Geschäftsführer von KWP. Unternehmen,



Produkte und Dienstleistungen können visuell Aufmerksamkeit auf sich ziehen und sich damit von regionalen Wettbewerbern abgrenzen.

Testen Sie uns!

KWP hat für seinen Kompetenzbereich Regionales Online Marketing jetzt eine Themenseite online gestellt. Auf www.frankfurt-online-marketing.com können sich Interessenten über die Maßnahmen informieren und von deren Wirkung überzeugen. Es kann live getestet werden, wo Kunden von KWP in Google stehen. „Wir haben in den vergangenen Jahren Onlinepräsenzen unserer Kunden so optimiert, dass sie von ihren Zielgruppen langfristig gefunden werden. Das bestätigen die Ergebnisse unserer Positionierungen und unsere Kunden selbst“, führt Agnes Schubert, Projektmanagerin im Bereich Regionales Online Marketing an. Ihre Kollegin, Ulrike Krüger, ergänzt: „Unsere Maßnahmen sind messbar und transparent. Ein weiterer Vorteil für unseren Kunden liegt klar auf der Hand: Wir kümmern uns um die Maßnahmen und unser Kunde kann sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren.“ Auf der www.frankfurt-online-marketing.com werden in drei Videos gute Gründe für regionales Online Marketing erläutert und häufig gestellte Fragen anschaulich beantwortet.

Regionale Suchmaschinenoptimierung mit Branchen-Know How

Die Beispiele auf der Themenseite zum regionalen Onlinemarketing zeigen die breit gefächerte Zielgruppe für die Optimierungsmaßnahmen. Vom Steuerberater, über Hotel und Gastronomie, bis hin zum Facharzt und zur Fachklinik sind viele Branchen vertreten und es wird aufgezeigt, dass die Optimierungsmaßnahmen von KWP für alle Branchen erfolgsversprechend sind. „Jede Branche hat ihre Eigenheiten, zudem ist jeder Kunde anders, deshalb analysieren wir seinen Status in Google und prüfen wie gut er derzeit gefunden wird. Erst danach erstellen wir ein Angebot, das auf die Branchenspezifika und die individuellen Bedürfnisse des Kunden eingeht,“ erklärt Ulrike Krüger die drei Schritte zur branchenspezifischen Optimierung der Onlinepräsenz.

Über KWP

KWP steht für „Change | Strategy | Performance“. Von der Schnellebigkeit in der Kommunikation angespornt, entwickelt die Agentur für digitale Kommunikation Strategien, Maßnahmen und Tools, mit denen ihre Kunden messbar erfolgreicher kommunizieren. 2009 von Kai Kippenbrock und Alois



Wollnik gegründet, greifen Erfahrung, Know-how und kreatives Querdenken perfekt ineinander. So können neue Kommunikationswege und -möglichkeiten entwickelt werden, um die Ziele der Kunden schnell und effektiv umzusetzen. Dabei ist Leidenschaft für Kommunikation der Antrieb und Motor von KWP.

KWP | Agentur für digitale Kommunikation

Schleussnerstraße 54
63263 Neu-Isenburg
+49 (0) 6102 – 367 998 - 0
info@kwp-communications.com
<http://www.kwp-communications.com>

Ihr Pressekontakt

Alois Wollnik
a.wollnik@kwp-communications.com
+49 (0) 6102 – 367 998 - 15