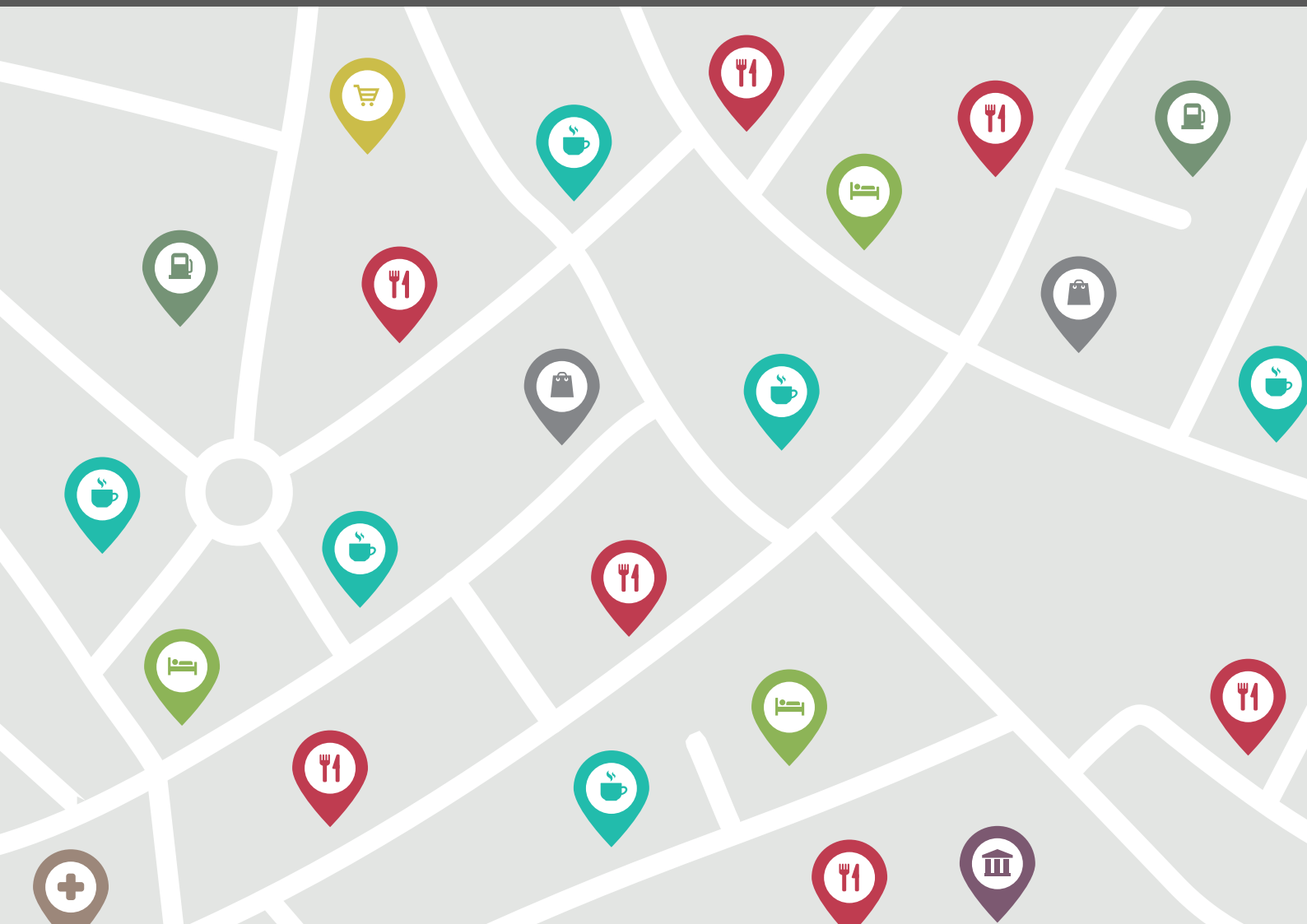


Online Presence Management

Optimale Präsenz im Internet = Mehr Umsatz im Geschäft

Leitfaden zur richtigen Wahl eines Anbieters



Vorwort

Die Business Community (BC) des Deutschen Franchise-Verbandes e.V. begleitet ihre Mitglieder auf dem Weg zum Erfolg. Ein wichtiger Teil unseres Service-Auftrags besteht darin, Wege, Produkte und Dienstleistungen zu finden, die Ihnen den Geschäftsalltag erleichtern und dabei helfen, Ihre Unternehmensziele zu verwirklichen.

Auch wenn der eigentliche Umsatz bei Ihren Franchisenehmern vor Ort erzielt wird, ist es dennoch immer wichtiger, als Marke online optimale Voraussetzungen für den Erfolg zu schaffen. Entsprechend ist auch die Digitalisierung für die BC ein großes Thema. Bei der Wahl unserer Strategie-Partner legen wir großen Wert darauf, Unternehmen zu finden, die Ihnen den Schritt in die digitale Welt erleichtern.

Als Franchisegeber stehen Sie vor der Herausforderung, für alle Standorte Ihres Systems und auf sämtlichen relevanten Plattformen, auf denen potenzielle Kunden heutzutage nach Produkten und Dienstleistungen in Ihrer Nähe suchen, eine hohe Sichtbarkeit zu erzielen. Ein professionelles und software-basiertes **Online Presence Management** unterstützt diesen Prozess effizient und hilft Ihnen zudem, Ihren Markenauftritt stärker zu kontrollieren.

Wollen auch Sie Ihre Präsenz online verbessern und optimieren? Wir verraten Ihnen, auf welche Kriterien Sie bei der Auswahl eines Online Presence Management Anbieters achten sollten und warum sich die BC für überall.com als Strategie-Partner entschieden hat.

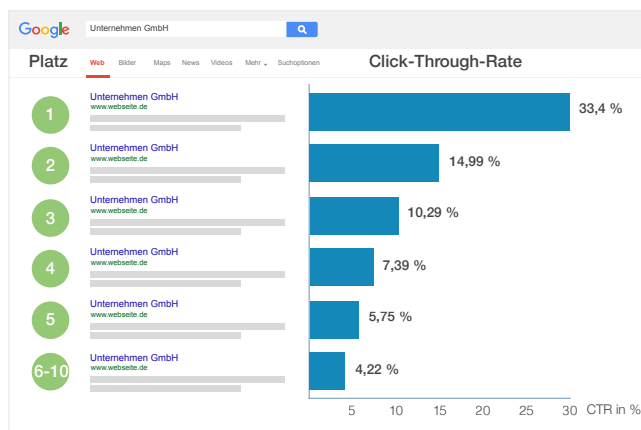
Grundlagen

Bedeutung der lokalen Suche

Unsere Gesellschaft wird zusehends digitaler. Das Internet und das Smartphone sind unsere ständigen Begleiter. Täglich nutzen mehr als 80% der Bevölkerung Suchmaschinen, Online-Verzeichnisse, Apps, Kartendienste und Navigationsgeräte, um online nach Produkten und Dienstleistungen in ihrer Nähe zu suchen. Welcher Kanal genau im Moment der Suche gewählt wird, hängt dabei stark von der jeweiligen Situation ab: unterwegs im Auto ist es das Navigationssystem für die Suche nach der nächsten Tankstelle, an der Supermarkt-Kasse das Smartphone für das nächstgelegene Restaurant und zu Hause am

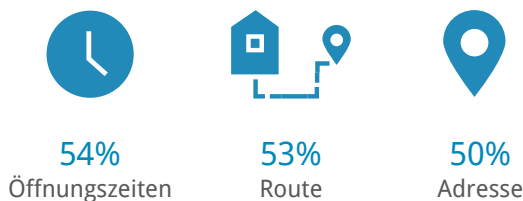
PC wird klassischerweise Google für Erfahrungsberichte zu Nachhilfe-Dienstleistern in der Nachbarschaft herangezogen. Was alle Kanäle eint: die Mehrzahl aller Suchanfragen haben einen lokalen Bezug.

Diese Art des Suchens – sowohl geräte-, als auch kanalübergreifend – ist für Konsumenten heute selbstverständlich. Stationäre Unternehmen müssen vor allem bei der lokalen Suche in den Suchergebnissen vertreten sein, um keinen Wettbewerbsnachteil zu erlangen. Ein gutes Ranking bei lokalen Suchanfragen entscheidet, ob Ihre Webseite oder Ihr Online-Profil angeklickt wird und ein potenzieller Kunde letzten Endes den Weg in Ihr Geschäft findet.



Bei lokalen Suchanfragen suchen Konsumenten vor allem nach elementaren Informationen zum Geschäft, wie Adresse, Wegbeschreibung, Öffnungszeiten oder Bewertungen. Unternehmen müssen diese Informationen für Ihre Standorte zur Verfügung stellen. Fehlen die Angaben auf bestimmten Kanälen oder sind unvollständig und fehlerhaft, kann das zu einer Entscheidung gegen Sie und für einen besser aufgestellten Wettbewerber führen. Denn 50% der Konsumenten, die online nach lokalen Geschäften suchen, besuchen diese auch innerhalb der nächsten 24 Stunden.

KONSUMENTEN SUCHEN AM HÄUFIGSTEN NACH



Quelle: Google, Consumers' Local Search Behaviour May 2014

Online Presence Management

Die Entwicklung, immer online zu sein, und die Möglichkeit, überall nach Informationen suchen zu können, haben zu einem **Anstieg möglicher Kontaktpunkte** von potenziellen Kunden mit Unternehmen geführt. Sie als Unternehmer müssen auf diese Entwicklung reagieren.

Dabei stehen Sie nicht nur vor der Herausforderung, auf **allen diesen Kanälen**

Präsenz zu zeigen, sondern insbesondere als Franchisesystem auch einen einheitlichen Auftritt für ihre Marke sicherzustellen. Bei einer hohen Anzahl an Kanälen, Datenquellen, Standorten und Franchisenehmern ist die Pflege von Stammdaten eine zunehmend zeitaufwendige und kostspielige Angelegenheit. Als Franchisesystem kommen Sie daher an einem professionellen Online Presence Management nicht vorbei.

Ihr Online Presence Management Dienstleister übernimmt die Erstellung von Firmenprofilen und verteilt diese automatisch und in Echt-Zeit in alle relevanten Kanäle. Auf Knopfdruck sind die Informationen zu allen Ihren Standorten online.

Zielsetzung und Vorteile des Online Presence Managements

Welche Vorteile bringt es Ihnen als Franchisegeber, in ein professionelles Online Presence Management zu investieren? Kurz gesagt: Die technische Lösung vernetzt Ihre Geschäfts-Standorte zuverlässig mit Kunden, die online suchen.



- Die automatisierte Erstellung von Firmenprofilen auf allen Suchplattformen führt zu maximaler Präsenz im Moment der Suche und schützt Ihre Daten vor Manipulationen durch Dritte
- Einheitliche, aktuelle und vollständige Firmenprofilen führen zu einer besseren Platzierungen in den lokalen Suchergebnissen und mehr Kundeninteraktion auf den Profilen
- Mehr Aufrufe Ihrer Profile führen schon kurzfristig zu mehr Umsatz vor Ort und stärken Ihre Marke auf lokaler Ebene

01 | Daten verwalten - in einem zentralen Benutzerkonto

- Geschäftsdaten
- Produkte & Leistungen
- Event-Kalender

02 | Informationen verteilen - überall, wo Konsumenten nach Unternehmen suchen

- Verzeichnisse, Suchmaschinen & Navis
- Webseite & mobil
- Social Media
- Store Finder

Franchise System

04 | Umsatz steigern - durch neu gewonnene Kunden

- Höhere Umsätze

03 | Konsumenten aktivieren - durch vielfältige, relevante und dynamische Profile

- Reservierungen
- Angebote
- News
- Fotos

Die Wahl des richtigen Anbieters

Bei der Beurteilung von Online Presence Management Dienstleistern empfehlen wir Ihnen, sich die folgenden vier Bereiche genauer anzusehen.

- Technologie
- Leistungsumfang
- Kundenservice
- Referenzen

Technologie

Achten Sie darauf, dass der Anbieter IT-Kenntnisse als seine Kernkompetenz definiert und über ein eigenes Entwicklerteam verfügt. Nur so werden Funktionen kontinuierlich ausgebaut und kann flexibel auf Veränderungen am Markt oder individuelle Kundenwünsche reagiert werden. Klassische Marketingagenturen beispielsweise verfügen in der Regel über keine eigene Technologie. Ausschlaggebend ist, ob der Anbieter mit direkten und eigenen Schnittstellen zu den Verzeichnissen arbeitet. Das garantiert einen fehlerfreien und schnellen Austausch von Daten sowie konsistente Informationen auf allen Kanälen.

Des Weiteren ist es ausschlaggebend, ob der Anbieter über direkte Schnittstellen zu den Suchplattformen verfügt und wie zuverlässig diese funktionieren. Hier gilt: Datenübertragung ist nicht gleich Datenübertragung. Sie sollten sicherstellen, dass vor der Optimierung zuverlässig über die Schnittstellen nach bereits existierenden Profilen gesucht wird und die Optimierung sämtlicher Datenpunkte auf allen Plattformen fehlerfrei und zeitnah erfolgt. Andernfalls werden doppelte Profile erstellt und diese nur partiell angereichert.

Leistungsumfang

Prüfen Sie das Leistungsheft jedes Anbieters sorgfältig. Oft sind Leistungen scheinbar identisch, die Unterschiede in Wirklichkeit aber gravierend.

Oben auf der Liste sollte das Verzeichnis- und Partnernetzwerk stehen. Hier gilt Klasse vor Masse. Nicht nur die Anzahl der Verzeichnisse und Kanäle spielt eine Rolle, sondern auch die Relevanz und die Reichweite. Achten Sie auch auf eine große

Diversität unter den Verzeichnispartnern. Das Portfolio sollte alles, über Online-Branchenbücher und Kartendiensten bis hin zu Apps, Bewertungsportalen und Navigationssystemen, beinhalten.

Hinterfragen Sie auch, inwiefern das Netzwerk kontinuierlich ausgebaut wird. So stellen Sie sicher, dass Ihr Unternehmen und Ihre Standorte auch in den Kanälen präsent sind, die künftig für den online suchenden Konsumenten wichtig sind.

Um sich besonders stark von Konkurrenten abzuheben, sollten Ihre Profile mit zusätzlichen Premium-Inhalten, wie Produktbeschreibungen, Bezahlmethoden, Social Media Links, Marketing-Specials aber auch Fotos und Videos angereichert werden. Ein seriöser Anbieter stellt sogenannte Premium-Profile nicht extra in Rechnung. Vielmehr sparen Sie sogar im Vergleich zu den Aufwänden, welche die Verzeichnispartner einzeln in Rechnung stellen würden.

Neben der Präsenz auf allen relevanten Suchplattformen umfasst ein ganzheitliches Online Presence Management auch weitere Aspekte wie zum Beispiel die Überwachung von Kundenfeedback, der Nennung Ihrer Marke oder relevanter Schlagwörter in den sozialen Netzwerken. Es ist wichtig auf Kundenfeedback direkt reagieren zu können und einen Überblick über die Wahrnehmung Ihrer Franchisenehmer zu behalten. Aktuelle Studien besagen, dass 70% der Verbraucher Kundenbewertungen als ausschlaggebendes Argument für Kaufentscheidung sehen.

Weitere Funktionen, wie zum Beispiel eine integrierte Filialsuche auf Ihrer eigenen Webseite und individuelle, aber SEO-optimierte Webseiten für einzelne Standorte, die sich auf Knopfdruck erstellen und aktualisieren lassen, sind weitere Pluspunkte.

Kundenservice

Online Presence Management ist ein fortwährender Prozess, bei dem neben einer fundierten technologischen Lösung auch eine kompetente Betreuung erfolgskritisch ist. Hierzu zählt ein Kundensupport in der eigenen Sprache und in Ihrer Zeitzone, der Ihnen persönlich und zeitnah zur Hilfe stehen kann. Dies geht von einer Aufbereitung und Einspielung Ihrer Daten über eine geschulte Einführung in Ihr Benutzerkonto bis hin zu regelmäßigen Status-Telefonaten, um Sie über Neuigkeiten und Fallstudien zu informieren.

Auch ein enger Kontakt zur IT-Betreuung ist von Vorteil, insbesondere, wenn Sie über eine tiefe technologische Verzahnung mit Ihrer IT-Architektur nachdenken. Achten Sie außerdem darauf, in welchem Land Ihre Daten gespeichert werden. In Deutschland gelten verstärkte Datenschutz-Bestimmungen für personenbezogenen Daten, Metainformationen und Rechnungsdaten.



Referenzen

Prüfen Sie, welche Erfahrungen der Dienstleister bereits am Markt gesammelt hat. Das lässt sich bis zu einem gewissen Grad an den Kundenreferenzen ablesen. Achten Sie darauf, dass Unternehmen im Portfolio sind, die viele Standorte besitzen. So stellen Sie sicher, dass Ihr gewählter Online Presence Management Anbieter mit den Begebenheiten eines Franchisesystems problemlos umgehen kann.

Ein weiteres positives Zeichen ist eine hohe Anzahl von Vertriebspartnern, welche die Technologie des Online Presence Management Anbieters unter eigener Marke ihren eigenen Geschäftskunden anbieten. Informationen hierüber lassen sich beispielsweise neutral den Pressemitteilungen der Vertriebspartner entnehmen.

Checkliste

Jetzt wissen Sie, auf welche Bereiche Sie Ihr Augenmerk legen sollten. Um Sie noch besser bei der Wahl des richtigen Partners zu unterstützen, haben wir diese Checkliste zusammengestellt.

Technologie

- ✓ Eigenes Entwicklerteam
- ✓ Direkte und eigene Schnittstellen zu den Verzeichnissen
- ✓ Flexible und kundenindividuelle Lösung für den Datenaustausch
- ✓ Erfahrung mit großen Datenmengen

Leistungsumfang

- ✓ Vielzahl unterschiedlicher Verzeichnisse und Partner
- ✓ Umfangreiche Premium-Firmenprofile mit ausführlichen Zusatzinformationen
- ✓ Management von Social Media Kanälen
- ✓ Monitoring von Kundenfeedback
- ✓ Integrierte Filialsuche und -seiten

Kundenservice

- ✓ Kundensupport in eigener Sprache
- ✓ Server Standort in Deutschland

Referenzen

- ✓ Überregionale sowie Internationale Kunde
- ✓ Renommierte Vertriebspartner

Schlusswort

Das Verhalten der Verbraucher und wie diese das Internet und neue Technologien nutzen, ist stetig im Wandel. Unternehmen, auch Franchisesysteme, müssen ihre Agilität unter Beweis stellen, indem sie ihre Geschäftsmodelle, ihre Produkte oder Dienstleistungen, aber auch Prozesse anpassen. Legen Sie als Franchisesystem den Grundstein für eine optimale Auffindbarkeit der Standorte Ihrer Partner. Mehr Kunden in den Geschäften Ihrer Partner bedeuten mehr Umsatz und sind die beste Voraussetzung für ein gesundes Wachstum Ihres Systems. Nutzen Sie unseren Leitfaden, um die Leistungen von Online Presence Management Anbietern zu prüfen und bewerten zu können.

Auch wir haben uns im Markt umgeschaut und uns am Ende gezielt für [uberall.com](#) entschieden. Das Technologie-Unternehmen aus Berlin agiert seit 2012 auf dem Markt und ist seitdem die bevorzugte Lösung für Unternehmen in Deutschland. [uberall.com](#) operiert inzwischen aber auch weltweit und verwaltet Zehntausende von Standorten. Franchisesysteme wie WinTec Autoglas, Yves Rocher, Das Futterhaus, Europa Service Autovermietung oder Sonepar aber auch Vertriebspartner wie vistaprint, 1und1 und zahlreiche GelbeSeiten Verlage konnten bereits für sich oder ihre Kunden die Auffindbarkeit im Internet signifikant steigern.

Gerne stellt die Business Community den Kontakt zu [uberall.com](#) her, die uns mit ihren Leistungen und Service-Angebot überzeugt haben. Kontaktdaten und mehr Informationen können Sie auch der [Profilseite von uberall.com auf der BusinessCommunity Webseite](#) entnehmen.