CHECK

Nah am Kunden fern der Metropolen

Diese Checkliste verrät Ihnen, ob Sie digitale Mittel zur Stärkung Ihres Dienstleistungs-, Gastronomie- oder Warenangebots in der Region kundenorientiert nutzen.

	Ja	Nein
_Sind Sie über Suchmaschinen, auf Online-Karten & branchenspezifischen Plattformen zu finden?	○	○

Durch die Pflege Ihres Firmeneintrages z.B. auf „Google My Business“, sind Ihre Öffnungszeiten, Kontaktinfos, ansprechende Fotos und Webseite schnell zu finden. Animieren Sie Ihre Kunden, Online eine Rezension zu schreiben.

_Haben Sie geprüft, ob die Möglichkeit eines Online-Shops oder die Online Tisch-, Waren- oder Terminreservierung für Ihr Angebot und Ihre Zielgruppe Sinn machen?	○	○

Für einen Online-Shop gibt es einiges zu bedenken: Welche der eigenen Produkte eignen sich für den Online-Markt? Externer Online-Shop-Anbieter oder integrierte Lösung? Hier kann eine Spezialisierung auf Besonderes mit Alleinstellungsmerkmal Sinn machen, um nicht mit Branchenriesen zu konkurrieren.

_Bieten Sie Ihren Kunden einen erweiterten Service, z.B. Online bestellen & vor Ort abholen/liefern oder branchenübergreifende Services?	○	○

Würde Ihre Zielgruppe den Service des Bestellens im Internet und stationären Abholens nutzen? Wie könnten z.B. Pendler, die vor allem außerhalb der Öffnungszeiten vor Ort sind, besser bedient werden? Reagieren Sie trotz fester Öffnungszeiten flexibler auf Kundenbedarfe. Überlegen Sie Kooperationen mit anderen Dienstleistern rund um Gesundheit, Post und öffentlichen Nahverkehr, die Sie vor Ort anbieten und Online als Service anzeigen.

Mittelstand-Digital

Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Berlin

Gefördert durch:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

	Ja	Nein
_Sind Sie mit anderen Anbietern Ihrer Region Teil eines regionalen Online-Marktplatzes?	○	○

Eine regionale Webseite oder ein Online-Marktplatz hat Wirkung, wenn eine kritische Masse der ansässigen Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen aktiv daran teilnimmt.

_Haben Sie bereits Gemeinschaftsaktionen mit anderen Akteuren Ihrer Region organisiert?	○	○

Studien zeigen: das trägt Früchte. Spitzenreiter ist der verkaufsoffene Sonntag. Weitere Formate, wie lange Einkaufsnächte oder Straßenfeste können Sie durch Veranstaltungen im Social Media sowie auf regionalen Plattformen wie z.B. nebenan.de, meinestadt.de oder den Seiten Ihrer Stadt oder Kommune digital breiter bewerben.

_Haben Sie eine Bindung zu Ihren Kunden durch Social Media oder Blogbeiträge aufgebaut & kommunizieren Sie diese Präsenz aktiv im Geschäft?	○	○

Die Präsenz Ihres Geschäfts z.B. auf Facebook kann helfen, Neuigkeiten und Aktionen zu kommunizieren, vor allem aber durch einfache, emotionale Postings Bindung und kontinuierlichen Kontakt zum Kunden herzustellen.

_Haben Sie die Mehrheit der Aussagen mit „Nein“ beantwortet?

Es gibt Experten, die Ihnen Unterstützung bei der Digitalisierung Ihres regionalen Angebots geben können. Schauen Sie in das **Kompetenznetzwerk oder die Praxisprojekte** des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Berlin:
gemeinsam-digital.de | info@gemeinsam-digital.de

_Möchten Sie mehr Infos zum Thema?

Lesen Sie unser Kompakt „Digital regional“, das Rezept „Breitbandausbau“ und unsere Flyer zu digitalem Marketing! Weitere Praxisinfos finden Sie unter:
www.mittelstand-digital.de/DE/wissenspool.html

Stand: April 2018 | Design: www.kattrin-richter.de

_Impressum

Verleger: BVMW – Bundesverband mittelständische Wirtschaft, Unternehmerverband Deutschlands e.V., Bundeszentrale, Potsdamer Straße 7 | Potsdamer Platz, 10785 Berlin, Telefon: +49 30 533206-0, Telefax: +49 30 533206-50, E-Mail: info@bvmw.de
Vertretungsberechtigter Vorstand: M. Ohoven, W. Grothe, Dr. H.-M. Pott, Dr. H. Baur, J. Bormann, Dr. J. Leonhardt, A. Zimmermann
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. §27a, UStG DE 230883382 | **Vereinsregister:** Berlin Charlottenburg Nr. 19361 Nz
Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung **für den Inhalt Verantwortlicher** i.S.v. § 5 TMG: A. Horn, Leiterin _Gemeinsam digital
Text und Redaktion: M. Landsberg & T. Thimm (BVMW e.V.), F. Rehme (BVMM e.V.), F. Seikel (Händlerbund e.V.)