



Die Zukunft des Handels

Die Sichtbarkeit im World Wide Web ist der Schlüssel zum Erfolg

Eine gute Sichtbarkeit im Netz ist für Elektrohändler heute in vielen Bereichen die essentielle Grundlage für ein erfolgreiches Geschäft. Um positiv wahrgenommen zu werden, muss man aber nicht nur aktiv etwas dafür tun, sondern sollte durch Ideen und Kreativität auffallen. Wer im Tagesgeschäft nicht dazu kommt, ständig Aktuelles auf seiner Website oder in den sozialen Medien zu posten, bekommt Unterstützung von seinem Einkaufsverband – wie wir hier am Beispiel der Bielefelder **EK Retail** aufzeigen.

Die aktuellen Herausforderungen im Handel sind riesig – vor allem in technischer Hinsicht. Zunächst muss sich der Elektrohändler durch eine bedarfsgerechte und ansprechende Internet-Präsentation bei den Kunden in seinem Einzugsgebiet als lokaler Nahversorger ins Gespräch bringen, um sie dann im zweiten Schritt über eine Verknüpfung mit dem eigenen Webshop geschickt an sich zu binden – im Idealfall sogar, dass die Kunden wieder in das stationäre Geschäft kommen.

Das bringt viele Elektrohändler an ihre Grenzen. Denn egal, welche Größe das Ladengeschäft des Handelspartners auch hat, die wenigsten sind selbst bereit und in der Lage, sich mit diesem unbekannten



digitalen Dschungel auseinanderzusetzen, um die Aufgabenstellung erfolgreich zu meistern. Gut, wenn man einen Partner wie die EK an der Seite hat, die die Homepages ihrer Electroplus und Küchenplus Händler zentral mit Inhalten versorgt, damit Angebote, Sortimente, Serviceleistungen und Megathemen wie Nachhaltigkeit oder Smart Home immer auf dem aktuellsten Stand sind.

Und die Marketing-Profis der Bielefelder organisieren noch mehr: Sie übernehmen die kompetente Besetzung der wichtigen Social Media Kanäle, personalisieren Werbemaßnahmen auf Google und stellen Facebook-Einträge oder auch Google My Business-Auftritte ins Netz. Dabei sind alle Aktivitäten personalisiert und genau auf die entsprechende Zielgruppe zugeschnitten. Kein Wunder also, wenn die

Lokales Handelsmarketing

Ein **Smartphone Example**, das auf einen Blick sehr gut verdeutlicht, wie wichtig es für die Handelspartner heute ist, das Online-Marketing von Spezialisten wie zum Beispiel der EK Retail erstellen zu lassen. Hier werden einfach mehr Informationen angezeigt und Daten für weitere erfolgreiche Geschäfte analysiert. Das EK Team übernimmt für die eigenen Partner die technische Einrichtung und liefert auf Wunsch regelmäßigen Content – denn das können nur wenige Händler selber stemmen.

digitalen Services der EK während ihrer eigenen Messen und Veranstaltungen auf breites Interesse bei all jenen Händlern stoßen, die es sich auf die Fahne geschrieben haben, das eigene Geschäft über alle Kanäle hinweg auf den neuesten Wettbewerbsstand zu bringen.

Auf allen Kanälen in die Zukunft

Ein EK Mitglied bringt das mit dieser Aussage auf den Punkt: »Die Erfahrung und hohe Kompetenz der EK im Online-Marketing ist für uns besonders wertvoll, denn die Kunden erwarten heute eine überzeugende digitale Präsentation, die ich ihnen jetzt bieten kann.«

Für Unternehmer, die sich für das Konzept Electroplus Küchenplus entschieden haben, überarbeiten die Spezialisten der EK die Webseiten und verwandeln sie in einen modernen Online-Auftritt. Die EK übernimmt ebenfalls die Einrichtung auf Facebook, Instagram & Co. – liefert und postet auf Wunsch entsprechend personalisierten Content.

»Sichtbarkeit auf allen Kanälen ist der Schlüssel«, davon ist **Martin Wolf**, EK Vertriebs- und Marketingleiter Elektro, Küche, Licht, überzeugt. »Ein zeitgemäßer Web-auftritt mit Online-Shop, die zielgruppenorientierte Präsenz auf Social Media oder gezielte Werbung über Google Ads sind ein ‚Muss‘. Und die Personalisierung ist unser USP – immer stehen Menschen im Mittelpunkt des Marketings. Wir machen den Händler zum local hero.«

Selbstredend hat jeder Händler die Möglichkeit, eigene Aktivitäten zu integrieren, um noch mehr persönlichen Touch und Individualität zu zeigen. Viele Unternehmen erkennen das Potenzial und setzen auf junge Mitarbeitende, die in den sozialen Medien diese Form der Kommunikation »leben«, denn nur so ist eine Verbreitung der Nachrichten gewährleistet. Im Durchschnitt erhält ein EK Electroplus Händler, auf eine Stellenausschreibung 26 Bewerbungen. In Zeiten von Personal-mangel ein beachtliches Ergebnis.