



GEO DATEN WEISEN DEN WEG FÜR ERFOLGREICHES STANDORTMARKETING

Das Marketing hat die essentielle Aufgabe, Menschen mit Produkten, Dienstleistungen oder Erlebnissen zu verbinden, die sie sich wünschen oder brauchen. Oft müssen Kunden dafür einen bestimmten Ort aufsuchen, wie zum Beispiel um die Reifen an ihrem Auto wechseln zu lassen, im Fitnessstudio zu trainieren oder um im Restaurant mit Freunden zu Abend zu essen.

Für regionales Marketing können Faktoren wie Bequemlichkeit, Nähe und eine einfache Erreichbarkeit großen Einfluss auf die Entscheidung haben, wo wir Produkte oder Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Geomarketing macht sich diese Faktoren zu Nutze, um Marketern dabei zu helfen, die Vorteile von Standorten für erfolgreiche Kundenkommunikation zu nutzen.

In diesem E-Book wollen wir gemeinsam erforschen, wie Sie Geodaten für Ihr Standortmarketing nutzen können. Sie werden erfahren, wie Sie mithilfe von Geodaten nicht nur Zielgruppen definieren können, sondern auch die Vorteile Ihres Standortes mithilfe von Karten und der richtigen Nachricht hervorheben!

DER ERSTE SCHRITT IM REGIONALEN MARKETING

Diese Statistiken verdeutlichen, wie relevant standortbasiertes Marketing ist. Ein großer Teil von Onlinesuchen bezieht sich auf lokale Produkte und Dienstleistungen.



72%

72% aller Kunden, die eine lokale Suchanfrage gestellt haben, haben daraufhin ein Geschäft im Umkreis von 10km besucht.¹

30%

30% aller mobilen Suchanfragen beziehen sich auf einen Standort.²

28%

28% aller Suchanfrage nach einem regionalen Produkt enden in einem Kauf.²

50%

Lokale Suchanfragen führen 50% aller mobilen Nutzer innerhalb eines Tages in ein Geschäft.³

78%

78% aller lokalen Suchanfragen auf mobilen Geräten resultieren in einem offline Kauf.⁴

Source: 1)WordStream, 2016 2)Google, 2016 3)Google, 2014 4)Search Engine Land, 2014

SICHTBAR & ERREICHBAR – DIE VORTEILE VON REGIONALEM DIREKTMAILING

Unternehmen, die ihre Kundschaft auf lokaler Basis ansprechen wollen, kommen um einen Internetauftritt nicht herum. Doch eine sogenannte Inbound-Only Marketingstrategie, also eine Strategie die mittels Inhalten darauf angewiesen ist, dass Kunden online nach ihnen oder ihren Produkten suchen und sie auch finden, hat auch seine Nachteile und Herausforderungen.



Wenn Sie nicht gerade ganz in den Suchergebnissen für Ihre Keywords auftauchen, werden Sie für Suchende kaum sichtbar. Sich bei Suchmaschinen gegen große Marken durchzusetzen ist ein großes Problem für kleine Unternehmen. Es kann sehr lange dauern, in den Suchergebnissen aufzusteigen. Welche anderen Möglichkeiten haben Start-ups oder kleine Unternehmen die eine neue Filiale eröffnen?

Kunden suchen online hauptsächlich nach Dingen, von denen sie wissen, dass sie diese brauchen oder wollen. Wie können Sie also Aufmerksamkeit auf etwas völlig anderes oder neues in Ihrer Region lenken? Wie können Sie Leute dazu bringen, etwas Neues auszuprobieren, das sie vorher noch nicht kannten?

SICHTBAR & ERREICHBAR – DIE VORTEILE VON REGIONALEM DIREKTMAILING

Besonders in diesen Situationen können andere Kommunikationskanäle, insbesondere gedruckte Direktmailings, ihre Wirkung voll entfalten. Ein postalisches Mailing an eine regionale Zielgruppe zu senden, hat einige unschlagbare Vorteile:

Es nutzt die postalische Adresse der Kunden. Darin verstecken sich Geodaten, die es Marketern ermöglichen, die essentielle geographische Verbindung zwischen Menschen und den beworbenen Standorten zu schaffen. Direktmailings sind aufmerksamkeitsstark.

Über die Hälfte der Haushalte, die Direktmailings erhalten lesen diese auch. Mehr als dreiviertel aller Empfänger, über alle Generationen hinweg, vertrauen Direktmailings. Und auch wenn sie die Produkte oder Services im Moment nicht benötigen, bleiben die mit Direktmailings beworbenen Angebote länger im Gedächtnis, werden eher für später aufgehoben oder mit anderen geteilt.

Und weil Direktmailings die Möglichkeit für hohe Individualisierung bieten, macht es Geomarketing möglich, Kunden individuell anzusprechen und auf ihre Position mit einem einzigartigen Angebot einzugehen.



SICHTBAR & ERREICHBAR – DIE VORTEILE VON REGIONALEM DIREKTMAILING



**Wie schnell erreiche ich dieses
Geschäft von zuhause aus?**

**Liegt es auf meinem
Weg zur Arbeit?**

**Wie einfach ist es
zu Fuß oder mit dem
Auto zu erreichen?**

Aufmerksamkeit und Interesse in einem Kunden zu wecken sind die ersten Schritte auf dem Weg zum Verkauf. Ein attraktives Angebot hilft da sicher weiter. Doch wenn Ihr Kunde ein Geschäft aufsuchen muss, um es in Anspruch zu nehmen, wird er zunächst den Standort auf seine Erreichbarkeit prüfen und abwägen, ob sich die Reise lohnt.

– sind einige der Fragen, die sich Ihre Kunden stellen bevor sie Ihr Geschäft besuchen.

Mithilfe von Geomarketing können Sie eine Vertrauensbasis bei Ihrem Kunden aufbauen, indem Sie Ihnen zeigen, wo Ihr Geschäft in Relation zur Adresse des Kunden liegt.

SICHTBAR & ERREICHBAR – DIE VORTEILE VON REGIONALEM DIREKTMAILING



Damit können Sie nicht nur zeigen, wie nah Sie sind, sondern auch wie die individuelle Route des Kunden bis zu Ihrer Ladentür aussieht und wie schnell Ihr Kunde tatsächlich bei Ihnen sein kann. Dieses überzeugende Argument unterstützt das Angebot Ihrer Kampagne und festigt ein kundenorientiertes Image.

Ein weiterer Vorteil von Geomarketing ist die Analyse, mit deren Hilfe Sie Ihre Kundenkommunikation auf relevante Zielgruppen in Ihrer Region fokussieren können, die Ihr Angebot eher in Anspruch nehmen.



GEODATEN IN DER MARKETING PRAXIS

In den locr Case Studies, White Paper und E-Books erfahren Sie anhand von Praxisbeispielen und Best Practices, wie Sie Geodaten in Zukunft nutzen können, um den ROI Ihrer Marketingkampagne zu steigern. Nutzen Sie die Vorteile von geo-demographischen Faktoren, um Zielgruppen präzise zu definieren und jedem Empfänger ein relevantes Angebot in seiner Nähe unterbreiten zu können!

<https://maps.locr.com/de/resources>

