

Vom Verzeichnisverlag zur Online-Agentur

Wie Google unser Geschäftsmodell
zerstört hat

Hallo!

Roksana Leonetti

Schlütersche Marketing Holding GmbH in
Hannover

- **Bildung:** Verlagskauffrau, Fachkauffrau für Marketing, Betriebswirtin
- **Berufe:** Online-Redakteurin, Content und Community Managerin, Produktmanagerin
- **Berufung:** Geschäftsführerin, Online-Marketing-Expertin, KMU-Spezialistin



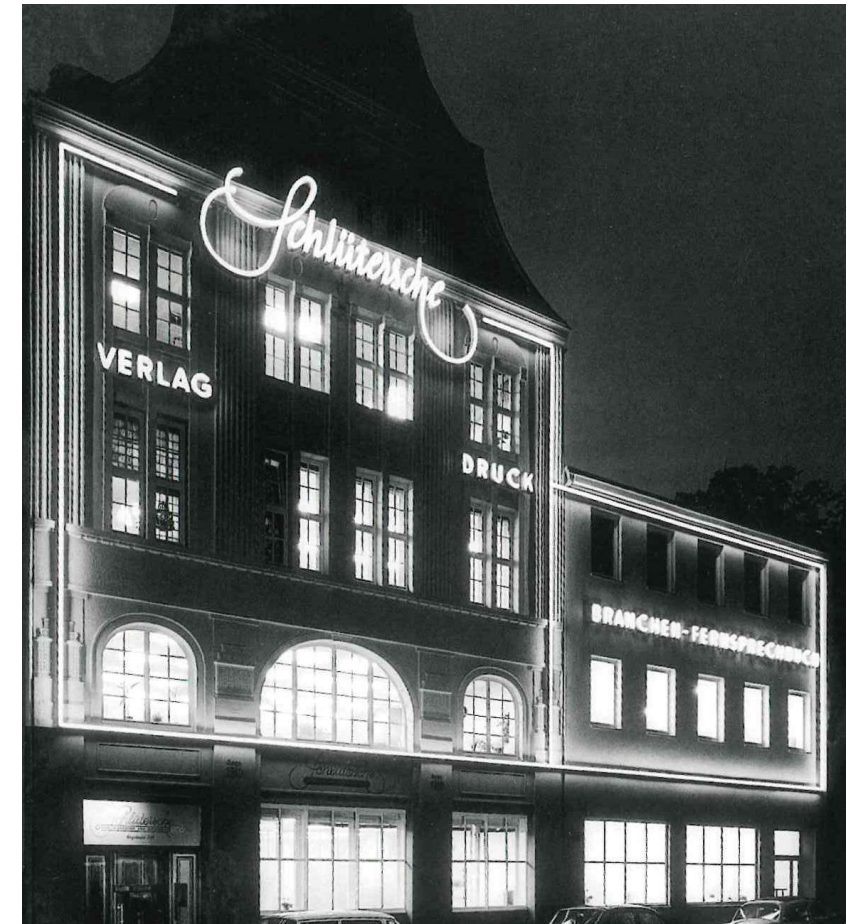
Wie Google unser
Geschäftsmodell
zerstört hat



Wie alles begann

Social Media seit 1747

- **Druckerei:** 1747 wurde das erste evangelische Gesangsbuch gedruckt
- **Zeitungsverlag:** 1852 wurde erstmals das Hannoversche Tageblatt verlegt
- **Verzeichnisverlag:** 1930 erschien das erste Branchen-Fernsprechbuch für die Stadt Hannover
- **Fachverlag:** 1946 wurden die ersten Fachpublikationen verlegt
- **Online-Agentur:** 2007 begonnen Webseiten, SEA und SEO anzubieten





1900 - 2000

Die goldenen Zeiten:
Telekommunikations-Verzeichnisse
wichtigster Umsatzträger

Die Goldstücke

Buch



Gelbe Seiten
Gelbe Seiten regional
Das Telefonbuch
Das Örtliche

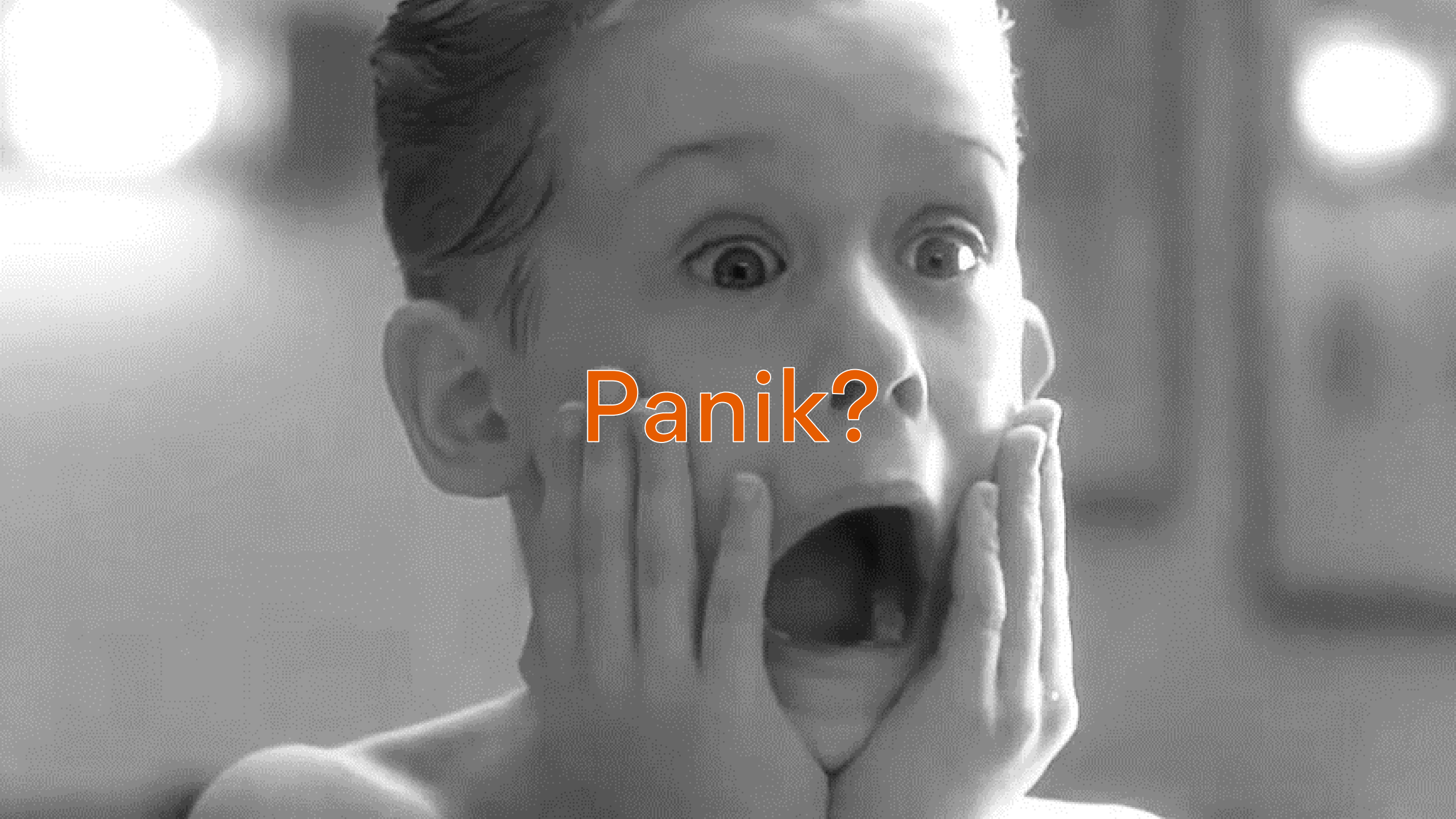
CD/DVD



2001

Google kommt
nach Deutschland



A black and white photograph of a woman with a shocked expression. Her eyes are wide open, and her mouth is agape. She has both hands pressed against her cheeks and mouth, a common gesture of disbelief or panic. The background is out of focus, showing some bright, circular light sources.

Panik?



Gottbewahre!

Schöne neue Online-Welt

Buch

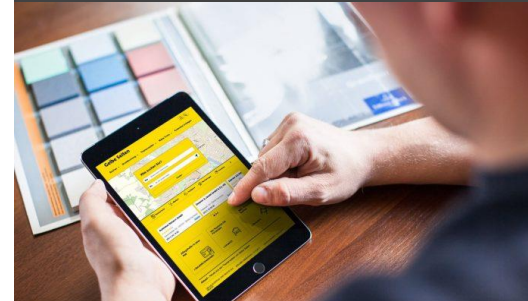


Gelbe Seiten
Gelbe Seiten regional
Das Telefonbuch
Das Örtliche

CD/DVD



Webseite



BusinessDeutschland.de
Gelbeseiten.de
DasTelefonbuch.de
DasÖrtliche.de

App



Apple
Android
Alexa

2008

Facebook kommt
nach Deutschland





Jetzt Panik?



Keinesfalls!

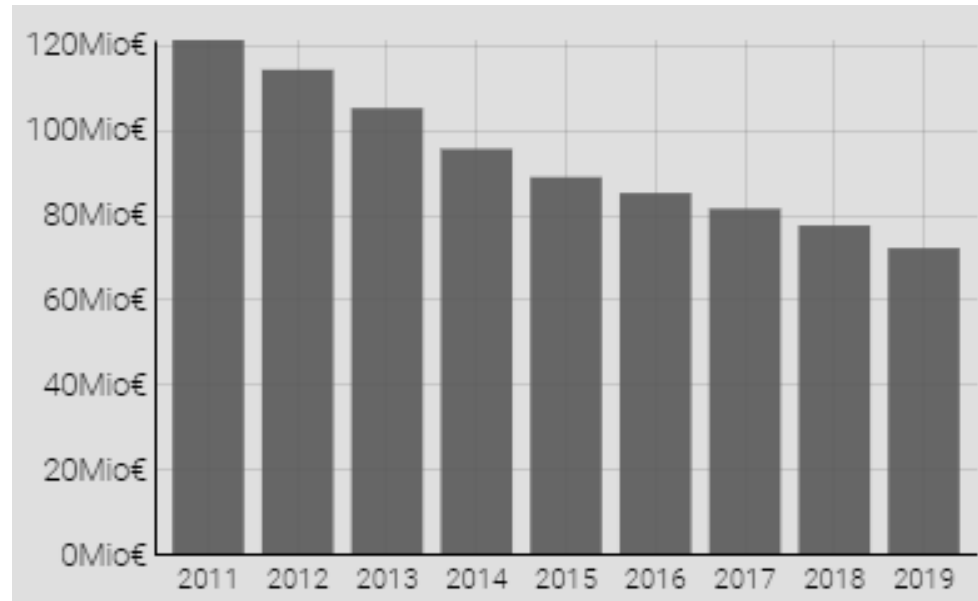


a

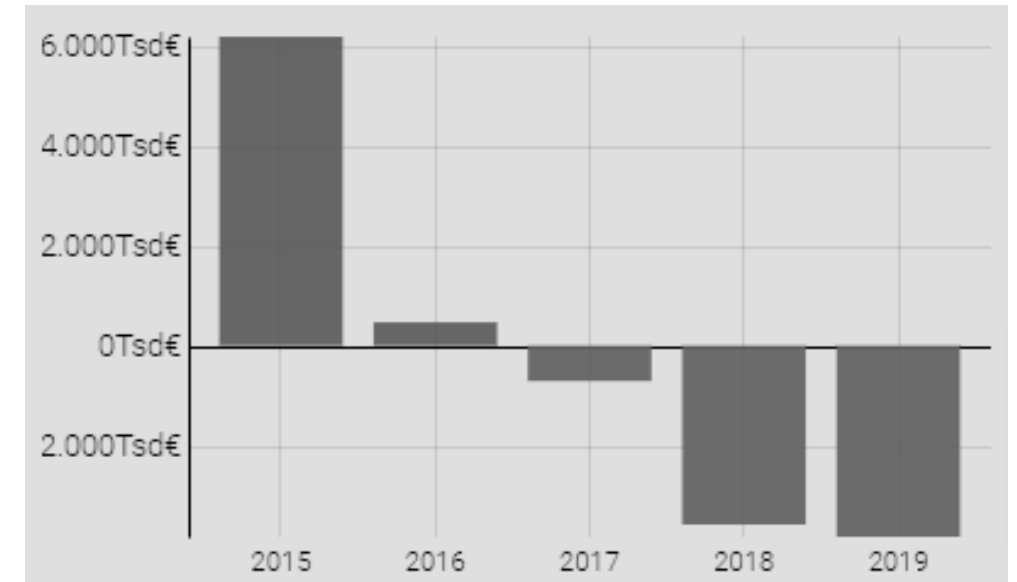


Auf Talfahrt

Umsatz



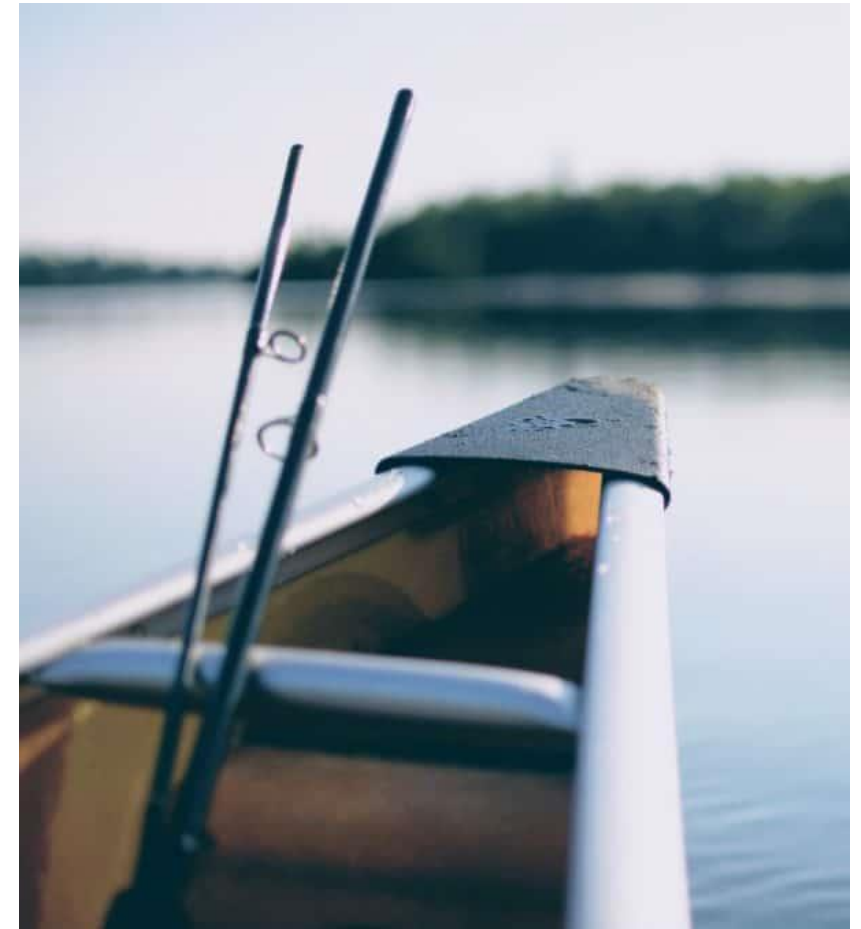
Gewinn

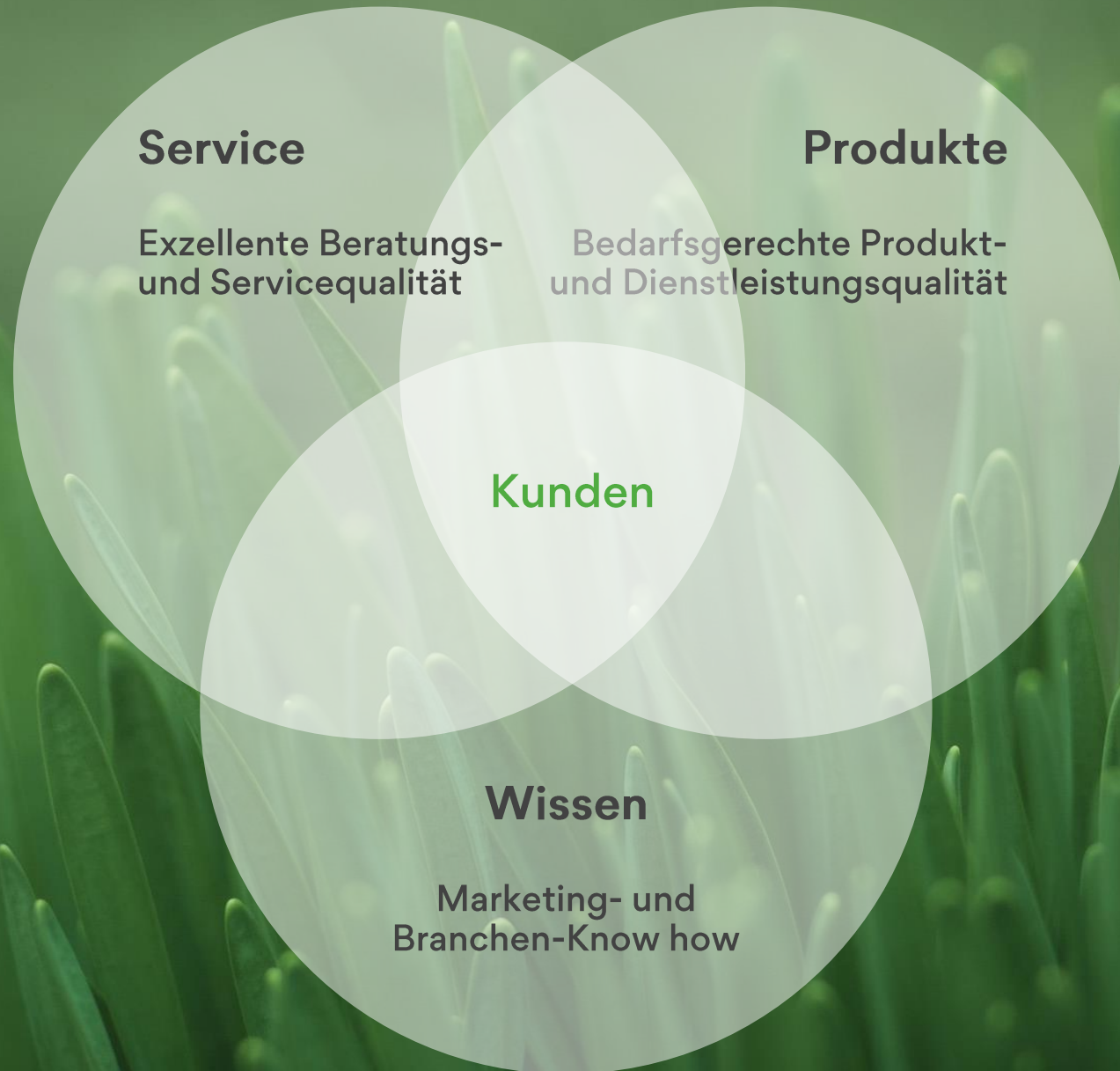


*Angezeigt werden Konzernabschluss-Daten der Schlüterschen Verwaltungsgesellschaft mbH, bis zum 31.12.2019.

Auf zu neuen Ufern

- Welche **zusätzlichen Bereiche** sind für uns interessant und potenzialreich?
- In welchen Bereichen können wir unsere **Kernkompetenzen und Wettbewerbsvorteile** in Zukunft besonders gut ausspielen?
- Wovon lassen wir besser die Finger?
- Welche **Position** wollen und können (!) wir in diesen Bereichen einnehmen und wie müssen wir uns dafür aufstellen?
- Welche **Kompetenzen** müssen wir uns aneignen und welche **Maßnahmen** müssen wir setzen um diese Position zu erlangen?





schlütersche marketing

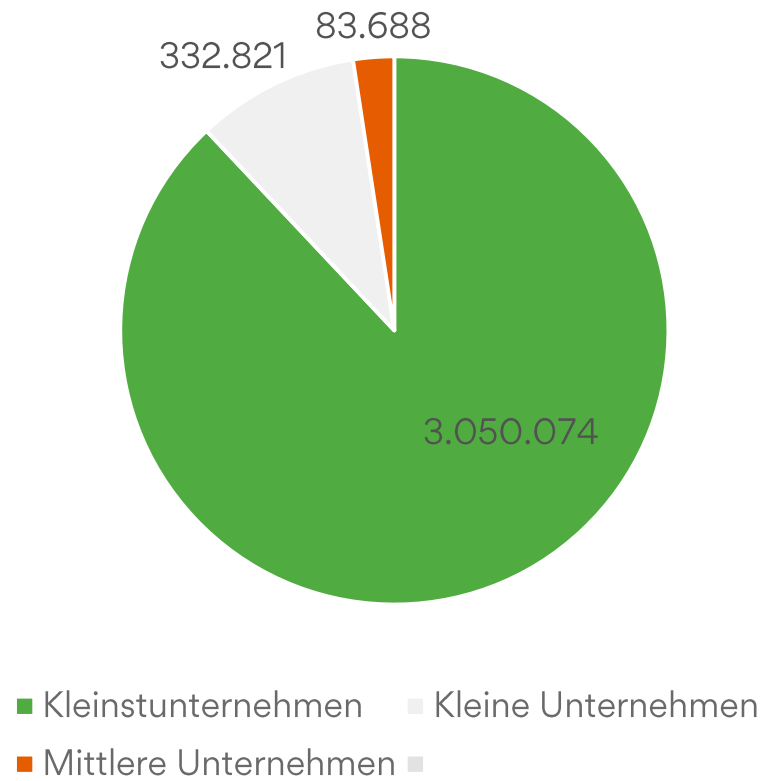
Wir denken und handeln kundenorientiert.

Das heißt, wir richten

- unsere Beratung
- unseren Service
- unsere Prozesse
- und Produkte

an den Bedürfnissen unserer Kunden aus.

KMU im Fokus



*IfM - Institut für Mittelstandsforschung Bonn, 2018.

KMU und ihre Bedarfe

Allgemein

- 43 % wollen Neukunden generieren
- 79 % wollen mit ihrem Geschäft wachsen

Bestandsaufnahme

- 34 % haben keine Unternehmens-Website
- 63 % haben keinen Facebook-Auftritt
- 77 % machen kein SEO
- 81 % machen kein SEA

In Bezug auf Online-Werbung

- 56 % wollen neue Kunden in das Unternehmen bringen
- 44 % wollen die Wahrnehmung des Unternehmens erhöhen
- 34 % wollen die Beziehungen mit Bestandskunden verbessern
- 25 % wünschen sich Werbemöglichkeiten, die einfach in der Anwendung sind



Unternehmen mit
Interessenten vernetzen.



...Neukunden zu gewinnen.

...mit Regularien und Gesetzgebungen umzugehen.

Wir machen es **einfach...**

...mehr Umsatz/ Aufträge mit Bestandskunden zu generieren.

...auf das Unternehmen aufmerksam zu machen/ im Internet gefunden zu werden.

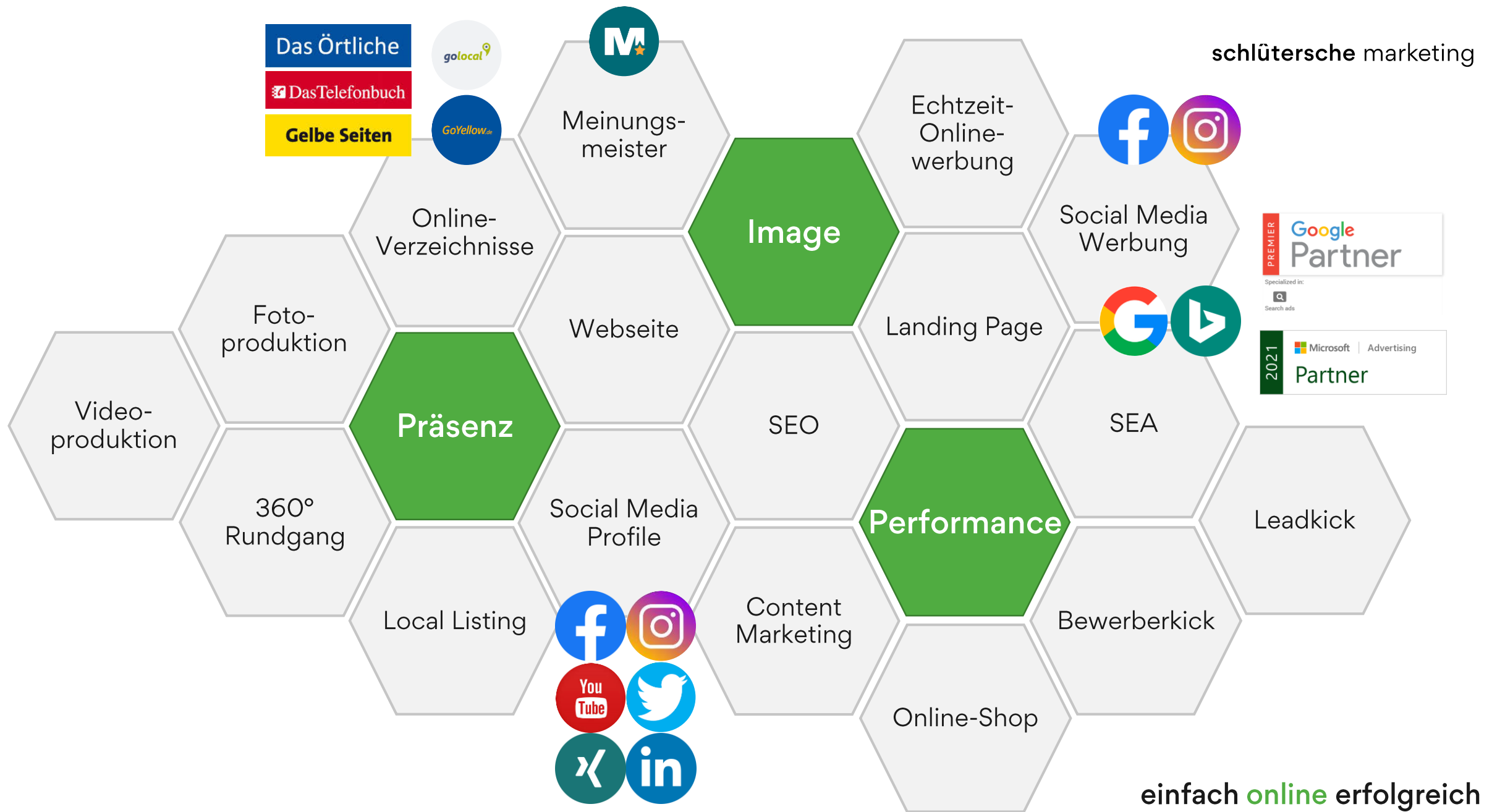
...qualifizierte Mitarbeiter zu finden.

Von der Webseite zum Marketing-Mix

Die Webseite als digitale(s)

- Schaufenster
- Ausstellungsfläche
- Verkaufsraum und
- Mitarbeiter





schlütersche marketing

einfach **online** erfolgreich
einfach.schluetersche.de

Interne Folie.

Verzeichnisverlag

Fachverlag

Online-Agentur

What's next?



Interne Folie.

Merci!



roksanaleonetti



(0151) 16886888



leonetti.schluetersche



leonetti.schluetersche