Digitale Transformation: So gelingt der Schritt vom Ladengeschäft zum Online-Business

Berlin, 10. Februar 2021 – Zahlreiche Geschäfte in Deutschland sind geschlossen – und das schon seit neun Wochen. Unternehmer:innen müssen langfristig umdenken, umstrukturieren und sich online aufstellen. Was bei der Digitalisierung des eigenen Services zu beachten ist, weiß Max Modl – er ist Geschäftsführer der All-in-one-Marketing-Plattform Sendinblue (www.sendinblue.de) in Deutschland. Der Experte erklärt in vier Schritten, wie Betriebe trotz Schließung der Geschäfte Umsatz generieren und ihren Kundenstamm erweitern können.

1. Online gefunden werden: So funktioniert die Digitalisierung des eigenen Services

Grundvoraussetzung ist eine eigene Webseite – denn sie ist die digitale Visitenkarte eines Unternehmens und ermöglicht es, online auffindbar zu sein. Es gibt viele kostengünstige Tools, die es einem ermöglichen, Webseiten mithilfe von Vorlagen selbst zu erstellen. Oftmals fallen nur Kosten für das Hosting und die Wahl der Wunsch-URL an. Durch eine [Live Chat-Funktion](#) können Dienstleister:innen außerdem in Echtzeit auf Wünsche reagieren und mit ihren Kund:innen interagieren.

2. Angebote digitalisieren: Mehr Kaufoptionen schaffen

Durch das Anbieten von Click&Collect können Kund:innen auf der Webseite eine Bestellung aufgeben und daraufhin das gewünschte Produkt im Laden abholen – das ist schnell umgesetzt und spart Lager- sowie Lieferkosten. Als langfristige Lösung empfiehlt sich je nach Branche und Angebot auch das Aufsetzen eines Online Shops. Wer einen nachhaltigen Kundenstamm aufbauen möchte, sollte außerdem ein [Newsletter-Formular](#) in die Webseite integrieren, um Interessent:innen regelmäßig zum Kauf aktivieren zu können.

3. Aufmerksamkeit erhöhen: Kommunikation ist das A und O

Je nach Produkt und Service unterscheiden sich die Zielgruppen – doch wie erreiche ich die potenziellen Käufer:innen am besten? Mit Newslettern können Updates, Neuerungen und Veränderungen an die jeweilige Zielgruppe herangetragen werden – [E-Mail-Marketing-Tools](#) bieten ebenfalls Vorlagen an, die individuell auf das eigene Branding angepasst werden können. Durch intuitive Drag & Drop Editors können aber auch mit wenigen Klicks eigene Templates kreiert werden. Wer einen Online-Shop betreibt, muss seinen Kund:innen sogar bestimmte automatisierte Updates, wie zum Beispiel den Status der Bestellung, mitteilen. Dies kann zum Beispiel per E-Mail oder auch per SMS erfolgen.

4. Reichweite steigern: Sichtbarkeit durch Online-Werbung

Neben der Pflege des bestehenden Kundenstamms ist auch die Neukundenakquise wichtig. Wer seine Reichweite schnell boosten möchte, sollte Online-Werbung schalten, zum Beispiel in Suchmaschinen oder in sozialen Netzwerken. Dort lässt sich die Zielgruppe genau anhand von Interessen definieren, die Performance ist

messbar und es kann bei Bedarf nachjustiert werden. Mit Hilfe von [Retargeting-Kampagnen](#) werden außerdem Webseitenbesucher:innen gezielt auf anderen Plattformen mit der eigenen Werbung angesprochen.

5. **Social Networking: Von und mit anderen profitieren**

Viele Unternehmen stehen gerade jetzt vor gleichen Herausforderungen. Daher hilft es oft, sich durch Business-Netzwerke, wie LinkedIn, Xing oder durch einen Verband, der die gleichen Interessen vertritt, mit anderen Unternehmer:innen zu vernetzen. So können beide Seiten von Partnerschaften, Kooperationen, Geschäftsbeziehungen und Know-how profitieren und Kosten einsparen.

“Zahlreiche Betriebe, die aufgrund der aktuellen Situation ihre Dienstleistungen nur beschränkt oder gar nicht anbieten können, haben Existenzängste und müssen ihren Service dem neuen Alltag anpassen.

Wir möchten einen Beitrag zur Digitalisierung deutscher KMUs leisten und bieten seit Kurzem mit unserer [Sendinblue Academy](#) einen kostenlosen E-Mail Marketing Kurs an. Das Investieren in digitale Sichtbarkeit, Reichweite und Kommunikation hat in Krisenzeiten noch einmal an Bedeutung gewonnen”, kommentiert Maximilian Modl, Managing Director Sendinblue Deutschland, seine Tipps.

Über Sendinblue

Sendinblue (www.sendinblue.de) ist Europas führende All-in-One Plattform für digitales Marketing. Der SaaS-Anbieter unterstützt Unternehmen jeder Größe beim Auf- und Ausbau ihrer Kundenbeziehungen und bietet seinen Nutzern intuitive Tools für Direktmarketing (E-Mail, SMS, Chat), Marketing Automation, Customer Relationship Management sowie Retargeting. 2012 von Armand Thiberge gegründet, fusionierte das Unternehmen im Jahr 2019 mit dem deutschen Marktführer Newsletter2Go. Seit 2020 tritt die Plattform unter der Dachmarke Sendinblue auf. Das deutsch-französische Unternehmen beschäftigt derzeit 400 Mitarbeitende in seinen Büros in Paris und Berlin sowie in Noida, Seattle und Toronto. Die 70 in Deutschland tätigen Teammitglieder werden von Geschäftsführer Maximilian Modl geleitet.

Pressekontakte:

Katharina van Wickeren | katharina.vanwickeren@tonka-pr.com |+49.30.403647.612

Luisa Lindenthal | luisa.lindenthal@tonka-pr.com |+49.30.403647.613