



## Die Online-Trends für 2013.

Unsere Trend-Scouts haben die aktuellen Entwicklungen der Online-Welt genau unter die Lupe genommen. Die fünf vielversprechendsten Trends haben wir hier für Sie zusammengefasst. Damit Sie wissen, was Sie tun können, um noch einen Schritt näher bei Ihrer Zielgruppe zu sein.

In diesem Trendnewsletter bringen wir die Top 5 auf den Punkt:

**Mobilität ist Pflicht, Lokales boomt, Content is King, zentrale Datenhaltung** und hochgradig **individualisierte E-Mailings**.

Inhalt des Fachartikels:

5 Trends für Entscheider.

Fazit.



## 5 Trends für Entscheider.

### Mobilität ist Pflicht.

Mobile Endgeräte sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Wer sie in seiner Online-Strategie vernachlässigt, lässt bares Geld auf der Straße liegen und riskiert, von den Usern ignoriert zu werden. Es ist also höchste Zeit, die Anforderungen der Benutzer von Smartphones, Tablet-PCs und Co punktgenau zu erfüllen – mit mobilen Websites.

Optimiertes Design, klickbare Buttons und breitbandangemessene Inhalte sind dabei absolute Must-haves. Auch sog. „Responsive Designs“, die sich an die Größe und Auflösung der unterschiedlichsten Displays anpassen, werden immer wichtiger. Denn nur so kann garantiert werden, dass die Inhalte auf allen aktuellen und noch kommenden Geräten korrekt zur Verfügung stehen.

In manchen Fällen kann es sich sogar lohnen, der mobilen Version mehr Aufmerksamkeit zu schenken als der Standard-Desktopversion.

### Lokales boomt.

Ein Onlinekunde sucht oft nach einem Anbieter in seiner unmittelbaren Nähe, sei es nun ein Handwerker, Arzt oder Friseur, ein Restaurant, ein Fachgeschäft oder eine Reinigung. Ein Anbieter am anderen Ende der Welt interessiert ihn nicht, er hat sein Bedürfnis hier und jetzt und sucht eine schnelle Lösung.

Mit „Local Based Marketing“ (Werbung mit ortsbasierten Diensten) kann dem User geholfen werden, auch wenn er permanent unterwegs ist und sein Smartphone benutzt.

Besonders interessant ist dabei die lokale Anzeigenschaltung bei Suchmaschinen. Je nach Gewerbe sollten die Anzeigen bei Google und auf Plattformen wie Google+ Local, Qype, Yelp, Tripadvisor usw. einem Regionalcheck unterzogen und bei Bedarf angepasst werden.

### Content is King.

Die Informationsflut im Web wächst von Sekunde zu Sekunde. Was der Kunde aber wirklich braucht, ist richtig guter Inhalt. Deshalb heißt es 2013 „Content is King“ – und das mehr denn je.

Ab sofort müssen die Inhalte auf Websites und diversen Online-Plattformen einen Mehrwert bieten, kreativ, exklusiv und unterhaltsam sein. Denn nur guter Inhalt wird gelesen, geliked und geteilt. Und das sorgt für ein gutes Ranking bei den Suchmaschinen.

Content-Vermarktung ist langfristig betrachtet also die beste Strategie zur Suchmaschinenoptimierung und bedeutet: Wissen produzieren und über Fachartikel, Webinare, Whitepaper, Infografiken, Videos usw. veröffentlichen.

**Zentrale Datenhaltung.**

Viele (Kunden-)Daten an mehreren Stellen, kennen Sie das?

Damit soll 2013 Schluss sein! Der Trend geht hin zu einem zentralen Datenhaltungssystem (z. B. CRM-System zum Management von Kundenbeziehungen). In diesem System werden alle denkbaren personenbezogenen Daten von Kunden, Lieferanten und Partnern gespeichert.

Schnittstellen verbinden unterschiedliche Systeme wie z. B. Newsletter-Tools oder Online-Shops mit der Zentrale und führen alle Daten zusammen.

Das erleichtert und vereinfacht die Datenanalyse und die Planung von Marketingaktionen. Sie können die Interessen, Vorlieben und Bedürfnisse Ihrer Kunden einfach auswerten und auf einem völlig neuen Niveau mit Ihrer Zielgruppe kommunizieren.

**Individualisierte E-Mailings.**

E-Mails sind auch 2013 von großer Bedeutung für ein erfolgreiches Online-Marketing. Dabei werden die Mailings immer individueller.

Die Kommunikation wird exakt auf Aktionen oder Reaktionen der Kunden abgestimmt. Kaufverhalten, getätigte Umsätze, gezeigtes Interesse, Vorlieben etc. werden dazu verwendet, um hochgradig individualisierte Mailings zu erstellen. Mit hinterlegten Kampagnen werden diese Mailings dann zu exakt definierten Zeitpunkten (z. B. zwei Tage nach dem Kauf) vollautomatisch versendet.

Auch der klassische Newsletter hält sich nach wie vor gut auf dem Markt. Dabei empfiehlt es sich aber, immer wieder zu überprüfen, ob die Inhalte für die jeweilige Zielgruppe passend und nutzenstiftend sind.



## Fazit.

### **Gute Vorsätze.**

Den Kunden kennen und hochqualitative Inhalte auf allen gängigen Geräten korrekt darstellen – das sollten unserer Meinung nach die guten Vorsätze für das Jahr 2013 sein. Wichtig ist aber auch: Fangen Sie klein an, denn die Umsetzung dieser Trends kann je nach Anforderung einige Zeit in Anspruch nehmen.

Überlegen Sie sich, welcher dieser Trends für Sie den größten Nutzen bietet und fangen Sie damit an.

### **Stein auf Stein.**

Haben Sie bereits ein gut funktionierendes CRM-System oder ist Ihre Website bereits für mobile Endgeräte optimiert? Hervorragend! Ist der Grundstein erst gelegt, kann wunderbar weiterentwickelt oder optimiert werden. Wir helfen Ihnen gerne dabei.

### **Impressum.**

ONELOGIN Business & Technology Consulting GmbH  
Lakeside B07b, A-9020 Klagenfurt, Tel.: +43 (0) 5 919293 – 0, office@onelogin.at, www.onelogin.at  
Geschäftsführer Mag. Karl Moser, FN 217969v

### **Über ONELOGIN.**

Als unabhängige Internetagentur und Softwareentwicklungs-Unternehmen erstellt ONELOGIN innovative Lösungen unter Verwendung moderner Informationstechnologien.

### **Ihre Ansprechpartnerin.**

Christine Schilling (B.Sc.)  
E-Mail: christine.schilling@onelogin.at  
Tel.: +43 (0) 5 919293 – 8