Der Küchenring
Digital neu aufgestellt

Mittwoch, 26.08.2020

Der Küchenring hat sich in den vergangenen Monaten sowohl analog als auch digital vollkommen neu aufgestellt. Im Rahmen des Digital-Updates 2020/2021 stellen die Rheinbacher nun in einem mehrstufigen Prozess verschiedene Maßnahmen live, die sowohl den Verband als auch die angeschlossenen Gesellschafterinnen und Gesellschafter ganz neue Möglichkeiten eröffnen sollen.

Initialzündung ist der aktuelle Live-Gang der Verbands-Website. Klar im Look und im Responsive Design für alle Endgeräte programmiert, bietet die neue B2B-Seite laut Küchenring eine vertikal umfangreiche Informationsdichte. Unter anderem informiert ein Blog-Bereich nun regelmäßig über Neuigkeiten aus dem Verband und der Branche, die Eigenmarken „Systhema", „Inpura" und „Linea" werden ausgiebig vorgestellt und interessierte Küchen- profis finden einen umfassenden Überblick zu den analogen und digitalen Verbands- Leistungen.

Eben diese Digital-Leistungen bilden den zweiten Baustein im Leistungsportfolio des Verbandes. Alle 625 Gesellschafterinnen und Gesellschafter können nun unter anderem ihre eigenen Websites überarbeiten und durch Auftritte in den sozialen Netzwerken flankieren lassen, die das dritte Standbein des Digital-Paketes bilden. Weg von standardisiertem Content und Textbausteinen auf Händler-Webseiten, weg von vorgefertigten Postings, hin zu vollkommen individuellen Texten, Fotos, Grafiken und Meldungen für die Auftritte auf Facebook und Instagram – und das auf Wunsch komplett ohne eigenen Personal- und Zeitaufwand.

„Duplicate Content kommt uns nicht ins Haus – und auch nicht in die Küchenhäuser", sagt Jürgen Feldmann, Geschäftsführer des Verbandes für Deutschland und Österreich. „Dieser wird nicht nur von Google, sondern auch von den Endkunden abgestraft." Deshalb setzt der Verband nun sowohl auf der eigenen Website als auch auf den Händlerseiten u. a. auf die Integration von wachsenden Blog-Seiten zu Themen aus dem Küchenspektrum. „Diese Artikel unterhalten und informieren nicht nur den Besucher, sondern sind auch wichtig für die KI, damit die Händler-Webseiten im organischen Ranking der Suchmaschinen stets auf den oberen Rängen landen. Passende SEO-/ SEA-Maßnahmen sowie die Verlinkungen zu Facebook und Instagram sind selbstverständlich", heißt es seitens des Verbandes.

„Wir wissen, dass unseren Gesellschaftern im Tagegeschäft kaum Zeit bleibt, um sich technisch und inhaltlich mit diesen Themen intensiv auseinandersetzen zu können. Daher unterstützen wir sie hier mit durchdachten, digitalen Lösungen - aber ohne vorge- fertigten Content. Jeder wird individuell betreut und bleibt so wettbewerbsfähiger denn je. Ganz gleich ob es sich um Blog-Beiträge, People-Bilder oder Postings handelt", so Feldmann.

Neben der neuen Webseite, dem individualisierten Content und den Social Media- Auftritten bietet der Verband seinen Gesellschafterinnen und Gesellschaftern zusätzlich u.a. Unternehmens-Videos und Social Media-Marketing an.

Um die Chancen des Digital-Paketes persönlich zu erklären, werden auf den kommenden ERFA-Tagungen alle Händlerinnen und Händler umfassend informiert und mit den neuen Verbands-Unterlagen versorgt.

Digital neu aufgestellt

Links

- Der Küchenring