

GfM-Trend-Seminar

Fit für den „neuen“ Kunden

Montag, 18.05.2015

Im Rahmen der „Fit für die Zukunft“-Initiative fand am 12. Mai in der GfM-Trend Verbandszentrale in Neustadt/Donau das Seminar „Regionales Online-Marketing für stationäre Händler statt. Dies bildete den Auftakt einer Veranstaltungsreihe.

Die Sicherung der eigenen Konkurrenzfähigkeit im Marktumfeld sei im Hinblick auf die Konkurrenz aus dem Web eine der derzeit wichtigsten Aufgaben in der Unternehmensführung, heißt es in einer Pressemitteilung. Vielen Händlern falle es zunehmend schwerer, durch die wachsende Bedeutung des Internets, den Blick auf das eigene Geschäft aus Kundensicht nachzuvollziehen.

Die Kaufprozesse von der Suche über Produkt- und Händler-Wahl bis zum Kauf hätten sich in den letzten Jahren stark verändert. Ohne fundierte Kenntnisse dieser komplexen Zusammenhänge, sei es nur schwer möglich, hohe Aufmerksamkeit zu bekommen.

Ob stationärer Händler oder Online-Händler, jeder müsse mit Hilfe von Online-Marketing seine Kunden ansprechen. Bei stationären Händlern beschränke sich das Online-Marketing jedoch auf das regionale Einzugsgebiet.

Anhand vieler Praxisbeispiele erklärte Alexander Käppler von der Elaboratum, München, das Einkaufsverhalten der „neuen“ Kunden und zeigte den zahlreichen Seminarteilnehmern, wie sie sich in den Kaufprozess involvieren und für sich nutzen können. Die Teilnehmer seien von dem mit vielen Praxisbeispielen geprägten Vortrag begeistert gewesen, heißt es in der Pressemitteilung weiter. Wegen des großen Interesses findet ein weiteres Seminar im Herbst 2015 statt.

[zum Seitenanfang](#)