

# **moebel.de Einrichten und Wohnen AG**

## **„Im Netz sollte man Sie gut finden“**

### **Durch regionale Online-Werbung Kunden fürs stationäre Geschäft gewinnen**

Freitag, 10.11.2017

Im Rahmen des Online-Marketings bringt moebel.de zusammen, was zusammengehört: Händler, Hersteller und Endverbraucher. Und dabei liegt der Fokus keineswegs auf Online-Händlern. Selbst wer keinen Webshop betreibt, kann über moebel.de Kunden für seinen PoS gewinnen. Denn das Einrichtungsportal moebel.de bietet dem Endverbraucher eine Vielzahl an Services: die Produktsuche in Deutschlands größter vertikaler Suchmaschine für Möbel, 10.000 Händler-Adressen, 2.000 Markenseiten und nicht zuletzt inspirative Inhalte sowie Beratung durch Experten.

Vorstand Arne Stock erklärt: „Wer sich als stationärer Händler nicht für das Online-Marketing interessiert, denkt nicht nachhaltig. Zumal ROPO (Research Online, Purchase Offline) nach wie vor das Schlagwort der Stunde ist. Recherchieren aktuell nur drei von fünf Personen erst online, um dann stationär zu kaufen, werden es in den nächsten Jahren alle Verbraucher tun. Jeder sollte die Chance nutzen, sein Schaufenster auf digitaler Ebene durch eine eigene Website oder einer Präsenz auf Plattformen wie moebel.de zu erweitern.“

#### **Daumen hoch fürs Finden**

Wer online recherchiert, der will finden: Bildmaterial und Informationen wie Maße und Preis sind ein Muss – für den Onlinehändler und das regionale Einrichtungshaus: Ein Verbraucher, der die benötigten Angaben nicht findet, springt ab und informiert sich auf der Website eines Wettbewerbers. Aus diesem Grund sind gepflegte Produktdaten so relevant wie nie zuvor.

Doch für manchen klingt das Wort Datenpflege schwieriger, als es ist, meint Arne Stock: „Deshalb unterstützen wir hier individuell und nach Bedarf den Händler. Gleichzeitig arbeiten wir zusammen mit Herstellern an Lösungen, um den Prozess zu vereinfachen, damit insbesondere kleinere Händler von deren Daten-Bestand profitieren.“

#### **Online suchen, Verfügbarkeit prüfen, offline kaufen**

Datenpflege ist aber auch für ein weiteres Thema wichtig, das bei moebel.de unter dem internen Titel „Lokale Produkte“ auf der Agenda steht: Wäre es nicht perfekt, wenn der Nutzer bei seiner Recherche auf moebel.de neben online bestellbaren Einrichtungsgegenständen auch Produkte in seiner Region findet, die er angucken, ausprobieren und kaufen könnte? Denn nach wie vor möchte der Großteil der Kunden sein neues Sofa vor dem Kauf anfassen und Probe sitzen und wird deshalb Geschäfte und

Einrichtungshäuser besuchen.

### **Höchste Zeit für Sichtbarkeit**

Arne Stock: „Momentan können stationäre Händler bei uns einen Eintrag im Händlerverzeichnis buchen oder ihre Anzeigen dank Lokalisierung von IP-Adressen regional ausspielen lassen. Wir möchten dem Händler aber noch mehr Lösungen bieten. Deshalb freuen wir uns für unser Projekt ‚Lokale Produkte‘ über weitere stationäre Händler, die damit ihren Erfolg in der Online-Werbung steigern möchten.“

[Artikel als PDF herunterladen](#)

**„Im Netz sollte man Sie gut finden“**