

# moebel.de Einrichten und Wohnen AG

## Expertenbeitrag: Stationäre Möbelhändler erreichen neue (Internet-)Zielgruppen

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [moebel.de Account Management](https://www.moebel.de). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

### Wie es geht und welche Vorteile es bringt

Montag, 25.02.2019

**Werbung digital in der Region kann auch lokal: Seit Ende 2017 können Verbraucher auf moebel.de auch Artikel in ihrer Nähe finden. Möglich macht dies das neue Konzept LoPro Multi. Verbraucher, die sich über Produkte online nur informieren möchten, finden gleich das Ladengeschäft, wo sie das Produkt live erleben können. ROPO-Effekt – research online / purchase offline – ist das Stichwort.**

Digitales Regionales Marketing ist die adressierte Ansprache von Kundensegmenten über digitale Werbeformate im Internet. Alle Produkte sind ausgerichtet auf die Stärkung des stationären Handels durch eine streuverlustfreie Ansprache von potenziellen Möbelkäufern im Internet - im direkten Umfeld des Händlers. Möglich wird dies durch eine Verknüpfung des Nutzerstandorts mit den nachgewiesenen Produktinteressen der moebel.de-Nutzer während der Produktrecherche auf moebel.de. Dabei setzen die Vermarktungsexperten von moebel.de auf vorqualifizierte Planungskäufer, die im selbst wählbaren Umkreis eines Standortes auf Deutschlands größtem Möbel- & Einrichtungsportal nach Produkten des Händlers gesucht haben.

Diese Informationen werden in digitalen Kanälen verfügbar gemacht. Die Erstansprache der potenziellen Neukunden erfolgt auf moebel.de über Händlereinträge (HVZ & Merchant Ads) und über regional ausgesteuerte Werbeplatzierungen in den relevanten Produktsegmenten (DRM Banner). Zeitgleich werden die regionale Herkunft und die Interessen der Nutzer in einem anonymisierten Nutzerprofil erfasst.

Die Wiederansprache der User erfolgt dann auf Basis dieser Profilinformatoren auf anderen Internetseiten. Damit wird gewährleistet, dass ausschließlich Nutzer angesprochen werden, die sich für die Produkte des jeweiligen Händlers interessieren und sich zeitgleich im regionalen Einzugsgebiet des Händlers aufhalten.

Mit dem Digitalen Regionalen Marketing beschreitet moebel.de u.a. neue Wege in der Erschließung von ROPO-Kunden – also Kunden, die sich online informieren und danach offline Kaufentscheidungen treffen. Die Werbung wird nur Usern angezeigt, die Produkte aus entsprechenden Kategorie gesucht haben.

## **Stationäre Möbelhändler erreichen neue (Internet-)Zielgruppen**

### **Links**

- [moebel.de](http://moebel.de)