

03.11.2017 – 13:00 Uhr

Mit einem einzigen Profil auf über 25 Plattformen Reichweite und Leads generieren

Zürich (ots) -

Bevor Schweizerinnen und Schweizer ein lokales Geschäft besuchen, informieren sie sich online. Jedoch wird es für viele KMUs immer schwieriger, aufgrund der Informationsdichte im Netz in klickbare Reichweite der Kunden zu gelangen. Denn eine Website sollte heute benutzerfreundlich, mobiletauglich sowie für Suchmaschinen optimiert sein. Zudem gilt es, das Profil auf den unterschiedlichsten Plattformen aktuell zu halten. Wie praktisch war da früher ein einfacher Telefonbucheintrag.

Vor diesem Hintergrund verwundert es kaum, dass die Ausgaben für Online-Werbung stetig wachsen. Das Gesamtvolumen des Schweizer Online-Werbemarkts wurde im Jahr 2016 auf über 1,1 Milliarden Schweizer Franken geschätzt. 450 Millionen entfallen davon alleine auf das Segment Suchmaschinenwerbung.

Die Bestrebungen sind allseits gross, jene Schweizerinnen und Schweizer zu erreichen, die sich erst online informieren, bevor sie ein Geschäft besuchen. Wie Untersuchungen ergeben haben, sind dies bereits über 80 Prozent der potenziellen Käufer. Darum haben die Suchmaschinen einen besonders hohen Stellenwert. Nicht von ungefähr ist Google die mit Abstand meistbesuchte Website. Und nur Anbieter, die bei Google auf den ersten Seiten unter den Millionen Suchergebnissen erscheinen, haben eine Chance, gefunden zu werden.

Weiterlesen im heute erschienenen Werbewoche-Branchenreport "Media Trends II" 18/2017, Werbewoche.ch.

Kontakt:

Anne-Friederike Heinrich
Chefredaktorin Werbewoche / Werbewoche Branchenreports
Neugasse 10, Postfach 1753, 8031 Zürich
Telefon: +41 44 250 28 00
f.heinrich@werbewoche.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008531/100808832> abgerufen werden.