

## **Inbound-Marketing und SEO für KMU: 55% der Kleinbetriebe halten Online-Marketing für effektiver als Offline**

*KMUs schichten ihre Marketingbudgets auf „online“ um – und nutzen immer stärker die Vorteile des digitalen Inbound- und Content-Marketings. Ebenfalls zunehmend im Fokus der Kleinunternehmer: Mobile Marketing und SEO.*

Kleine und mittelständische Betriebe setzten 2013 verstärkt auf Online-Marketing um im lokalen Wettbewerb bestehen zu können – und schichteten ihre Budgets teils in erheblichem Umfang von klassischen Werbemitteln auf digitales Marketing um. Diesen Trend bestätigt auch die neue Studie von BrightLocal, für die mehrere Hundert Verantwortliche aus 50 Branchen zu ihren Strategien befragt wurden. Wie das Institut ermittelte, verwenden KMU derzeit bereits 46% ihres gesamten Marketing- und Werbeetats für digitale Instrumente zur Kundengewinnung. 55% gaben gegenüber den Marktforschern an, Online-Marketing im Vergleich zum Offline-Bereich insgesamt für das effizientere Mittel zu halten um Kontakte und Kunden zu gewinnen. Insgesamt bewerten 68% der befragten kleinen und mittelständischen Betriebe Online-Marketing als „effizient“ oder „sehr effizient“, fand BrightLocal heraus. 13% der KMU gehören zu den Pionieren im neuen Marketing und investieren bereits jetzt rund 90% ihrer Mittel ausschließlich in digitale Kundenkommunikation und -akquise. Fortschritte gibt es auch in Sachen Kompatibilität für mobile Geräte und Smartphones: Rund 60% der kleinen und mittelständischen Einzelhändler oder Dienstleister haben laut BrightLocal bereits ihren Internetauftritt für das mobile Surfen fit gemacht.

Die Erfahrung zeigt: Inbound-Marketing und speziell SEO steht für die meisten KMU im Mittelpunkt ihrer Marketingaktivitäten. Der Marketingmix umfasst die gründliche Onsite- und Offsite-Optimierung der Shop- oder Unternehmenswebsite, digitale Anzeigenformate wie Google AdWords, die Nutzung der Social-Media-Kommunikation und grundsätzlich fast alle Channels, die für das Content Marketing in Frage kommen. Das Ziel beim Inbound-Marketing für KMU ist klar bestimmt: Der Webshop bzw. Internetauftritt soll gefunden werden von Kunden, die sich online über Waren bzw. Dienstleistungen informieren und Anbieter vergleichen – und damit ein potenzielles Kaufinteresse haben.

*Der OnlineMarketingBerater* entwickelt für lokale Dienstleister, spezialisierte Fachhändler und andere kleine und mittelständische Unternehmen Komplettpakete für ein professionelles Online-Marketing. Für eine kostenlose SEO- und Keywordanalyse und ein persönliches Beratungsgespräch ist das Team von *Der OnlineMarketingBerater* telefonisch oder per Mail zu erreichen.

Weitere aktuelle News zum Thema SEO und Inbound-Marketing: <http://www.online-marketing-berater.com>

### ***Der OnlineMarketingBerater***

Mit einem bundesweiten Expertennetzwerk entwickelt *Der OnlineMarketingBerater* für Kunden aus verschiedenen Branchen individualisierte Lösungskonzepte zur Umsatz- und Reputationssteigerung im Internet. Das Leistungsportfolio umfasst mit den Bereichen Suchmaschinenoptimierung (SEO), Google AdWords (SEA), Social Media Marketing (SMM), Internet Public Relations (IPR), und Online Reputation Management (ORM) alle wesentlichen Disziplinen, die heute im Online Marketing und damit in der digitalen Geschäftswelt erfolgsentscheidend sind.

*Der OnlineMarketingBerater* betreibt Niederlassungen in Würzburg, Frankfurt am Main und Stuttgart.

*Der OnlineMarketingBerater*  
Peter Zahn

Mozart-Center  
Berliner Platz 12  
97080 Würzburg

Tel.: +49 (0) 931 - 260 27500  
Fax: +49 (0) 931 - 260 2750-29

E-Mail: [presse@online-marketing-berater.com](mailto:presse@online-marketing-berater.com)  
Internet: <http://www.online-marketing-berater.com>