

aetka erweitert Omni-Channel-Konzept: Firmenverzeichnis-Management für Fachhandelspartner

aetka ergänzt das kooperationseigene Stufenkonzept ‚WEBkick‘ zur erfolgreichen Verzahnung der stationären Geschäfte mit dem Internet um eine weitere Leistung. Diese umfasst die Pflege von Firmendaten in mehr als 50 Online-Branchenverzeichnissen und Kartensystemen. Ziel: Mehr Sichtbarkeit im Web.

Mit dem Firmenverzeichnis-Management schließt aetka eine Lücke, die sich bei vielen der Mitglieder auftut, wenn es um die aktuelle, einheitliche und vollständige Pflege von Unternehmensangaben in **Online-Firmenverzeichnissen, -Plattformen und Navi-Systemen** geht.

Endverbraucher starten ihre Recherche nach Geschäften und Firmen immer häufiger über Google. In den Suchergebnissen stehen häufig Firmenverzeichnisse, Öffnungszeiten-Infoseiten oder Auskunftsdienste weit oben. Allerdings sind die dort zu findenden Daten in vielen Fällen unvollständig oder fehlerhaft, da sie meist nicht direkt vom Firmeninhaber eingetragen, sondern aus anderen Firmenverzeichnissen zusammenkopiert oder sogar durch Dritte eingepflegt wurden. Diese falschen oder fehlenden Informationen können wertvolle Kundenkontakte kosten. Parallel ist es für den einzelnen Unternehmer nur mit hohem manuellen Aufwand und Kosten möglich, seine Angaben über die Vielzahl der Portale aktuell zu halten.

Beim **Firmenverzeichnis-Management** übernimmt aetka diese Aufgabe. Der aetka-Partner pflegt die Kontaktdaten seines Unternehmens, zum Beispiel Adresse, Öffnungszeiten oder Informationen zum Portfolio einmalig zentral im Online-Informationstool Karlo.de. aetka sorgt dann dafür, dass diese Daten in mehr als 50 Branchenverzeichnissen, Kartensystemen und auf der zentralen Kooperationswebseite www.aetka.de erscheinen, stets synchron, aktuell und vor Manipulationen durch Dritte geschützt sind.

Diese Einheitlichkeit steigert die lokale Sichtbarkeit des jeweiligen aetka-Fachhandelsgeschäfts oder Systemhauses im Google-Suchergebnis.

aetka-Mitglieder können die neue Online-Leistung zum monatlichen Vorzugspreis buchen. Alle Detailinformationen dazu erhalten sie über ihren Kundenbetreuer und unter www.karlo.de. Dort stellt aetka auch einen Online-Check bereit, der bei Eingabe von Firmenname, Adresse und Postleitzahl ausweist, wie gut oder ausbaufähig der einzelne Fachhandelspartner bereits auffindbar ist.

Über das Omni-Channel-Konzept „WEBkick“:

„Online gefunden zu werden, ist Pflicht. Online zu verkaufen Kür.“ Nach dieser Prämisse hat die Fachhandelskooperation aetka in den letzten Jahren unter dem Namen ‚WEBkick‘ ein spezielles Omni-Channel-Stufenkonzept aufgebaut. Dieses richtet sich daran aus, private und gewerbliche Endverbraucher online in jeder Phase ihres Informations- und

Presse-Information
03. Juli 2018



Kaufentscheidungsprozesses - und auch nach dem Kauf - mit aetka-Partnern in Kontakt zu bringen und in die Geschäfte der Fachhändler zu leiten.

Dazu gehören u.a. Leistungen wie Google My Business-Service, Google Street View Trusted, diverse Social-Media-Unterstützungsangebote, das Marketingpaket aetka OMNIBOXX, Werbung auf kaufDa und marktjagd, die Beratungsplattform www.fragprofis.de, der aetka EXPERTEN-Blog, ein Webseiten-Service und die aetka Onlineshops auf eBay.

aetka Communication Center AG

Katja Förster
Niederfrohnaer Weg 1
09232 Hartmannsdorf
Tel.: 03722 / 713-6452

Internet:

www.aetka.de / www.komsa.com
www.karlo.de / www.fragprofis.de

e-Mail:

presse@aetka.de