



10 WICHTIGE KRITERIEN FÜR EIN GUTES KOMMUNIKATIONS- UND MARKTPLATZSYSTEM FÜR IHRE LOKALEN HÄNDLER

Viele Städte und Händler planen aktuell den Start einer eigenen Marketingplattform oder eines lokalen Marktplatzes. Das ist eine richtige und wichtige Entscheidung! Doch wer kommt für die Umsetzung in Frage – eine lokale Agentur oder doch einer der etablierten Anbieter? Wir von BUY LOCAL sind grundsätzlich dafür, möglichst viel lokal umzusetzen. Doch bei den Marketing- bzw. Marktplätzen sind wir wegen der sehr hohen Komplexität einmal anderer Meinung. Wir möchten Ihnen eine Orientierung geben:

1. GESAMTKONZEPT

Eine Plattform technisch aufzusetzen ist lediglich der erste Schritt zum Erfolg. Erst dann beginnt die richtige Arbeit. Welcher Anbieter hat ein echtes Konzept und nicht nur ein technisches Gerüst oder eine Idee? Wer betreut zum Beispiel das Projekt dauerhaft in Bezug auf Aktualität und Qualität der Daten?

2. MODULARE FUNKTIONEN

Die reine Visitenkarte und Händlerliste im Netz ist ein guter Start, reicht aber nicht mehr für die heutigen Anforderungen der Kunden. Ein wichtiges Kriterium für ein gutes Angebot ist ein System, das beispielsweise ohne neuen Entwicklungsaufwand auf Wunsch zu einem Marktplatz erweitert werden kann.

3. BEDIENBARKEIT

Ist das System so aufgebaut, dass auch nicht online- oder internetversteuerte Händler es bedienen können? Lassen Sie das die Händler entscheiden, nicht die Programmierer!

4. SCHNITTSTELLEN & KOOPERATIONEN

Machen Sie es Ihren Händlern einfach und suchen Sie ein bewährtes System, welches Warenwirtschaftssysteme, vorhandene Online-Shops und Großhändler im Hintergrund problemlos anschließen kann.

5. GERÄTEUNABHÄNGIGKEIT

Können die Informationen im Internet wie auch per iPad und mobil aufgerufen werden?

6. INITIALKOSTEN

Was muss gezahlt werden, damit die Plattform in Ihrer Stadt überhaupt aufgebaut und etabliert wird? Gibt es noch weitere Startvoraussetzungen?

7. KOSTENTRANSPARENZ

Welche monatlichen Kosten werden fällig? Welche per Transaktion? Achten Sie auch auf versteckte Kosten wie „pro Klick“ – hier kommen schnell hohe monatliche Summen zustande.

8. WEITERENTWICKLUNG

Software ist niemals fertig. Ihr Anbieter sollte Ihnen bestätigen, dass die Plattform permanent gepflegt und weiterentwickelt wird, auch ohne dass weitere Kosten entstehen.

9. REFERENZEN

Lassen Sie sich Erfolgsmodelle präsentieren, die schon wirklich funktionieren. Rufen Sie ggf. Händler an, die auf dem Referenzprojekt als „erfolgreich“ präsentiert werden.

10. BAUCHGEFÜHL

Trauen Sie dem Anbieter die Aufgabe zu und haben die Händler Lust, das neue System auch zu nutzen?

WEITERE INFORMATIONEN

Wir haben alle aktuell auf dem Markt befindlichen Marktplatzlösungen, deren Anbieter und Entwickler überprüft und anhand aller für Händler wichtigen Kriterien getestet. Wir kennen alle Vor- und Nachteile der einzelnen Angebote und Möglichkeiten. Gerne stehen wir für einen Gedankenaustausch zur Verfügung. Grundsätzlich unser Tipp: Investieren Sie nicht in Techniklösungen, die es schon funktionsfähig gibt, sondern investieren Sie in die Menschen, die den regionalen und besonderen Unterschied machen!

ÜBER BUY LOCAL

BUY LOCAL, die bundesweite, branchenübergreifende Imagekampagne für leistungsstarke Händler, Handwerker und Dienstleister. Der im Jahr 2012 gegründete und eingetragene Verein ist auf einem sehr guten Weg, eine überregional breite Aufmerksamkeit zu erzielen. Ein ganz besonderes Anliegen von BUY LOCAL ist es, alle relevanten Akteure vor Ort zusammen und miteinander ins Gespräch zu bringen. Dabei geht es weniger um einzelhändlerische Angebote als vielmehr um gemeinschaftliche Gesamtinszenierungen der Städte und Regionen.

Die Mitgliedsunternehmen sind aufgerufen, für eine Verzahnung von stationärem Ladengeschäft und hochwertigem Online-Auftritt zu sorgen. Entscheidend ist die Anpassung an Kundenbedürfnisse. Dabei werden sie von BUY LOCAL tatkräftig unterstützt, ebenso wie Stadtmarketing oder Tourismusorganisationen, die sich für das Thema „Onlinacity“ begeistern und interessieren. Die überregionale Wahrnehmung der Initiative bildet für die Arbeit lokal verorteter Stadtmarketing- und Regionalinitiativen die perfekte Ergänzung und Verstärkung. Denn was einzelne allein nicht schaffen, können viele zusammen.

KONTAKT

Martin Riethmüller • Telefon 07731 / 97686-27 • E-Mail: riethmueller@buylocal.de • www.buylocal.de

#nichtnureden



**REICH UND
SCHÖN***

*... wünschen wir uns unsere Stadt. Mach' mit! www.buylocal.de