

Best-Practice-Beispiel aus dem Bereich  
„Pilotseminare/Informationsveranstaltungen“

# Webpräsenz All Inclusive - mit der richtigen Strategie zum Ziel

Ansprechpartnerin:  
Diana Friedl, Handwerkskammer Karlsruhe

**TT**<sub>net</sub>® Netzwerk der Beauftragten für  
Innovation und Technologie

2022



# Inhalt der Veranstaltung

Die Veranstaltung richtet sich an das wachsende Interesse an den Themen Webpräsenz und Sichtbarkeit. Die Zielgruppe für die Veranstaltungsreihe waren Unternehmen, die eine Webpräsenz entwickeln möchten oder ihre Sichtbarkeit vergrößern wollen. In der Einführung wurde aufgezeigt, wie eine typische und dynamische Kundenreise online aussieht, um die Wichtigkeit einer Online-Präsenz zu verdeutlichen. Der Hauptvortrag selbst bestand aus den folgenden Punkten:

- Online Marketing
- Suchmaschinenoptimierung
- Social Media
- Bezahlte Anzeigen

Beim Einstieg in das Thema Online Marketing wurde zunächst präsentiert, welche Instrumente zur Verfügung stehen. Wichtig war es, den Teilnehmenden zu vermitteln, dass sie nicht alle Kanäle bespielen müssen, sondern dort Präsenz zeigen, wo sich ihre Zielgruppe aufhält. Infolgedessen wurde gezeigt, wie man eine Strategie für diesen Bereich entwickelt, wie man Ziele definiert, fehlende Ressourcen identifiziert, seine Ergebnisse misst, auswertet und optimiert sowie welche Hilfsmittel dafür zur Verfügung stehen.

Weiterhin wurde erklärt, was Suchmaschinenoptimierung ist und wie sich das von bezahlten Anzeigen unterscheidet. In diesem Sinne wurden die Faktoren für Onpage- und Offpage-Optimierung genauer erläutert. Da die Keywordrecherche ein wichtiger Teil der Suchmaschinenoptimierung ist, wurde auch darüber gesprochen und wie man die Suchanfragen seiner Zielgruppe nachvollziehen kann.

Zur Einführung in Social Media wurden unterschiedliche Plattformen vorgestellt und über die Herausforderungen, die die Plattformen mit sich bringen und mögliche Ziele, die man auf den jeweiligen Plattformen verfolgen kann, gesprochen. Es wurde auch gezeigt, wie man professionell postet und welche Content Ideen sich für die unterschiedlichen Netzwerke anbieten.

Bei der bezahlten Suche wurden die unterschiedlichen Möglichkeiten aufgezeigt, wie man auf Social Media und bei den Suchmaschinen Anzeigen schalten kann. Anhand von einer Anleitung wurde praxisnah und Schritt für Schritt gezeigt, wie die Unternehmen starten können.

Zum Schluss wurde nochmal darauf hingewiesen, dass eine Webpräsenz sehr individuell ist. Da es keine allgemeine Strategie gibt, wurde den Teilnehmenden nahegelegt, die vorgestellten Maßnahmen für sich selbst auszuprobieren und den richtigen Mix für ihre Zielgruppe und Ziele zu finden.

## Durchführung

Die Seminare fanden als Präsenzveranstaltungen in den drei Außenstellen der Handwerkskammer Pforzheim, Nagold und Baden-Baden statt. Die reine Vortagszeit betrug ca. 1,5 Stunden. Die Moderation und der Vortrag wurden von der DIGI-BIT übernommen. Danach wurden die Teilnehmenden über Digitalisierungsförderungen und das Beratungsangebot der Beauftragten für Innovation und Technologie (mit Schwerpunkt Digitalisierung) informiert. Dabei hatten sie die Möglichkeit Fragen zu stellen. Zum Schluss wurde dem Netzwerkgedanke nachgegangen und die Betriebe haben die Chancen genutzt, um sich auszutauschen.