

09. APRIL 2020, 16:00 – 17:00 UHR

# JETZT.UMSATZ.ONLINE.MACHEN!

ONLINEMARKETING - LAUFEND ERFOLGREICH MITTELS  
DIGITALER WERBUNG VERKAUFEN!

Michael Reiter, [New Media – Social Media Argentur – Digital Marketing Experts](#)

Hans Baldinger – [Innovationsservice/WKOÖ](#)



ALLES UNTERNEHMEN.

Wirtschaftskammer Oberösterreich

## FRAGEN?



Geben Sie Ihre Fragen im Fragen-Chat ein

1

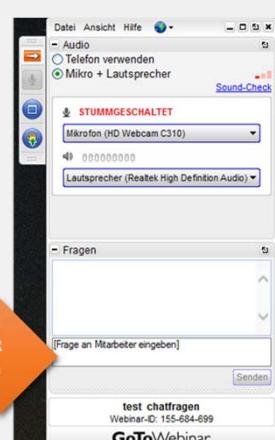
Bedienpanel einblenden  
(Fragen und Audio-Fenster)

2

- 1) Klicken Sie auf das +
- 2) Geben Sie bitte Ihre Frage ein

3

Geben Sie HIER  
Ihre Fragen ein



ALLES UNTERNEHMEN.



## Michael Reiter – New Media



### KURZ-VITA

Geschäftsführer & Inhaber Michael Reiter | New Media  
Unternehmensberater  
Facebook Certified Professional  
Online Marketing Experte  
Lektor an der Kunsthochschule Linz  
Seit 20 Jahren in der Medienbranche tätig

### LEISTUNGSSPEKTRUM

Facebook / Instagram Marketing & Werbung  
Online Kampagnen Planung & Optimierung  
Performance Marketing / Reporting / Analytics  
Vorträge, Keynotes und Workshops

ALLES UNTERNEHMEN.



## ONLINE MARKETING

LAUFEND ERFOLGREICH MITTELS DIGITALER WERBUNG VERKAUFEN



# WEBINAR

8 .April 2020

# MICHAEL REITER



- 1976 geboren
- Medientechnik- und Design Hagenberg
- 12 Jahre Privatradios: Welle1, City-Radio, Kronehit@dio, KRONENHIT Moderation/Audioproduktion/Station Management entoÖ
- Seit 2008 Unternehmer: Vorträge/Seminarin/Trainings/Audioproduktionen
- Weekend Verlag: Head of Online TabletMagazine, Online-Auftritt, SocialMedia Kanäle
- DigitalAgentur: Online Marketing Manager
- GF Agentur MichaelReiter - New Media Online Marketing / Facebook Marketing
- Lektor an der Kunsthochschule Linz
- Facebook Certified Professional



michael reiter  
NEW MEDIA

## KUNDEN



AM LIEBSTEN IMMER.



WIRTSCHAFTSKAMMER OBERÖSTERREICH



Raiffeisenbank  
Region Schärding  
Meine Bank



michael reiter  
NEW MEDIA

# AGENDA

- Aktuelle Zahlen/Daten/Fakten im Online Marketing
- Welche Plattformen sind relevant? Welche für ein Business geeignet?
- Wer ist meine Zielgruppe? Wo finde ich sie?
- Welche Inhalte braucht es um mittels online Werbung überhaupt erfolgreich zu sein?
- So funktioniert Werbung bei Facebook, Instagram und Google
- Tipps & Tricks / Fragen & Antworten



## DURCHSCHNITTLICHE TÄGLICHE NUTZUNGSDAUER SOZIALER MEDIEN

**1:12**

Baby  
Boomers  
(geb. 40er-60er)

**1:49**

Generation X  
(geb. 60er-80er)

**2:38**

Generation Y  
oder Millennials  
(geb. 80er-90er)

**2:55**

Generation Z  
(geb. 1997 - 2012)

Quelle: globalwebindex.com

## NUTZUNG SOZIALE MEDIEN DER GENERATION Z



**89%**



**77%**

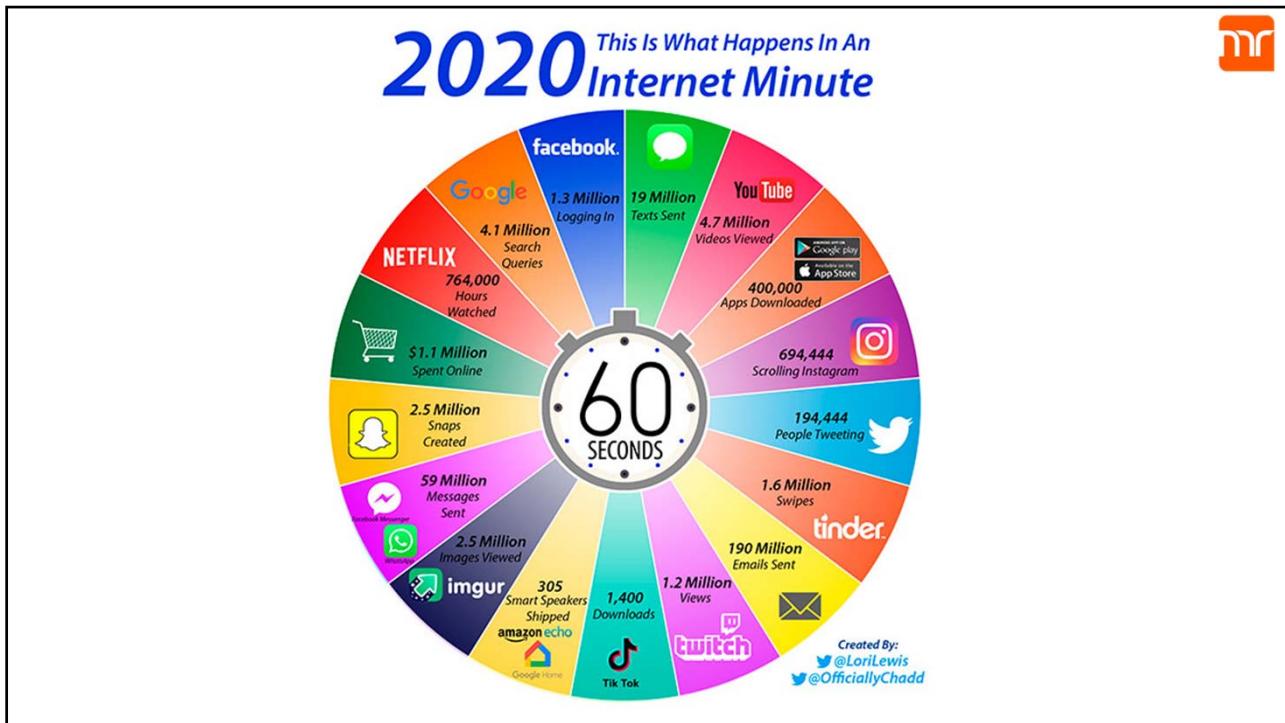


**74%**



**65%**

Quelle: globalwebindex.com



Warum sollte ich  
SocialMedia nutzen?



- Neue Zielgruppe  
Auf Facebook & Co. können neue Zielgruppen erreicht werden die durch traditionelle Medien nicht erreichbar sind.
- Umfrage und Meinungsbildung  
Feedback von echten Personen. Social Media ist ein Umfrage- und Meinungsbildungsinstrument
- Erreichbarkeit Händler und Kunde  
Die Beziehung kann gestärkt werden. Vertrauen aufgebaut werden.
- Schnelles Reagieren  
Auf Anfragen, Fragen oder Probleme kann in Echtzeit reagiert werden.
- Kampagnen  
Verkäufe können durch Online Werbekampagnen gezielt angekurbelt werden.

## DIE ZUKUNFT SOZIALE MEDIEN

Die Top 3 Gründe für die Nutzung sozialer Medien:



- 1 PRODUKTE FINDEN UND KAUFEN



- 2 INFLUENCER FOLGEN

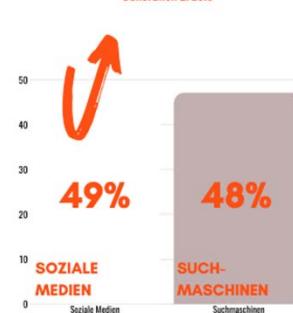


- 3 FÜR DIE ARBEIT NETZWERKEN

## PRODUKSUCHE

Soziale Medien überholen bereits Suchmaschinen

Generation Z: 2018



Quelle: globalwebindex.com



Baby Boomer, Generation X, Millennials und Generation Z  
 Was Generationen vom digitalen Marketing  
 erwarten



Baby Boomer – „die coolen Alten“



Jahrgang  
 1945 - 64

Lieben regionale Coupon  
 Programme, teilen Daten mit  
 Treueprogrammen und reagieren auf  
 personalisierte Werbung.

Medien: Tageszeitung, TV, Radio,  
 Facebook



**Generation X**



**Jahrgang  
1964 - 84**

Wollen zuverlässige, glaubhafte Infos und persönlich angepasste Angebote.

Medien: Online-Nachrichten, E-Mail-Alerts, Pinterest, TV, Facebook



www.socialmediatoday.com/social-business/new-report-shows-social-media-preferences-and-habits-among-generations

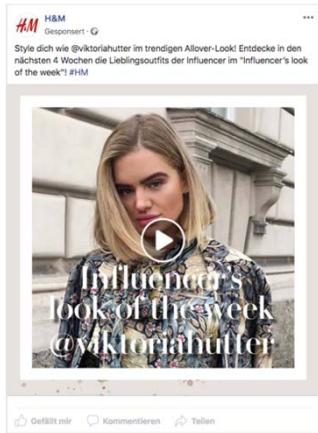
**Millennials – „Die Social Media Generation“**



**Jahrgang  
1984 - 00**

Wollen als Individuen angesprochen werden, besondere Erfahrungen und Produkte in speziellen Stories

Medien: Instagram, Facebook, TV (parallel), WhatsApp, Messenger



www.socialmediatoday.com/social-business/new-report-shows-social-media-preferences-and-habits-among-generations



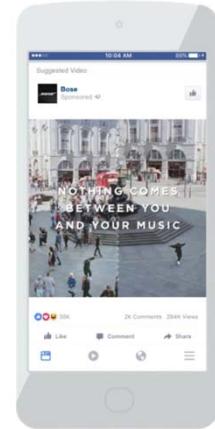
## Generation Z – Zwischen Realität und Virtualität



Jahrgang  
2001 - heute

Wollen relevante Marketingbotschaften  
die sich in den Alltag integrieren und  
„Wow“-Effekthaben.

Medien: Snapchat, YouTube, Netflix,  
Instagram, ...



[www.socialmediatoday.com/social-business/new-report-shows-social-media-preferences-and-habits-among-generations](http://www.socialmediatoday.com/social-business/new-report-shows-social-media-preferences-and-habits-among-generations)



2004 gegründet | 44.000 Mitarbeiter |  
4 Mio. Postings / Minute | 70 Mrd. Umsetzung 2019



# facebook



2,4 M rd.  
auf Facebook jedes  
Monat



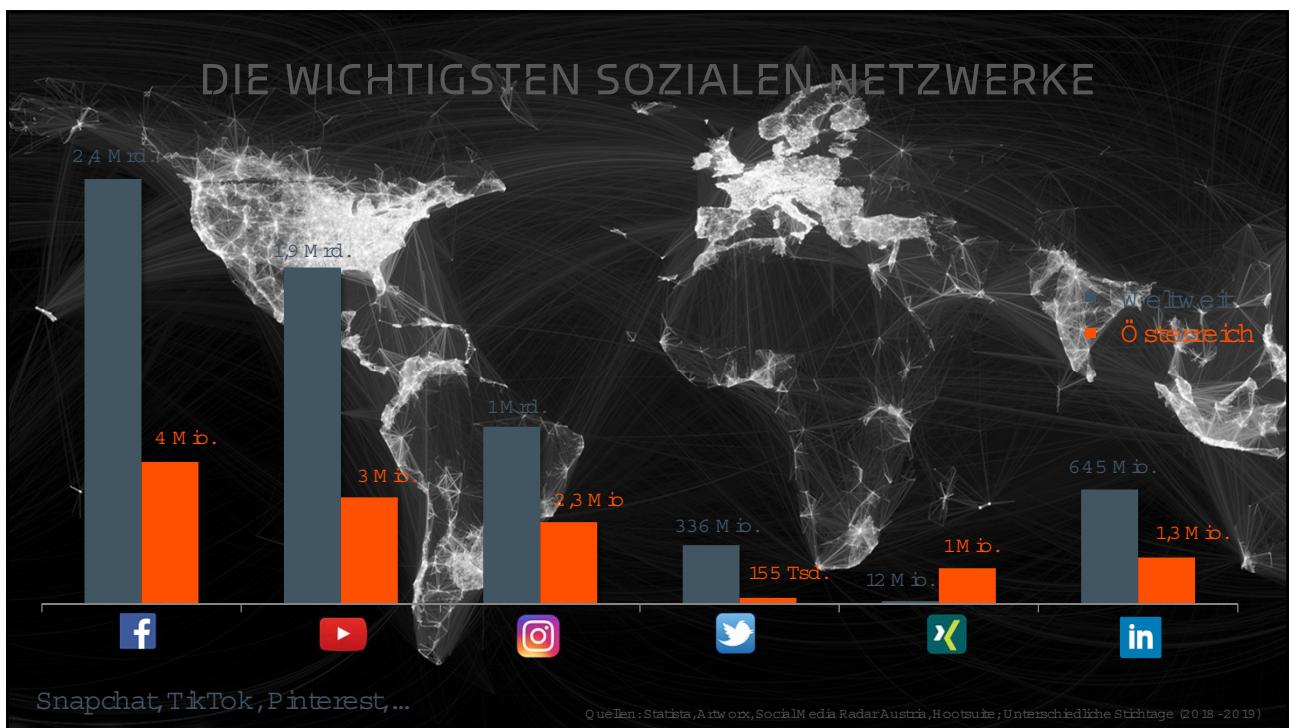
1,5 M rd.  
auf WhatsApp jedes  
Monat



1,5 M rd.  
nutzen Messenger  
jedes Monat



1 M rd.  
auf Instagram jedes  
Monat



## Reichweite & Nutzung



Was erwarten sich Leute vom Newsfeed?

1. Information



Nutzer wollen Inhalte die sie informieren.  
Was „News“ sind ist dabei abhängig von  
der jeweiligen Zielgruppe

2. Unterhaltung



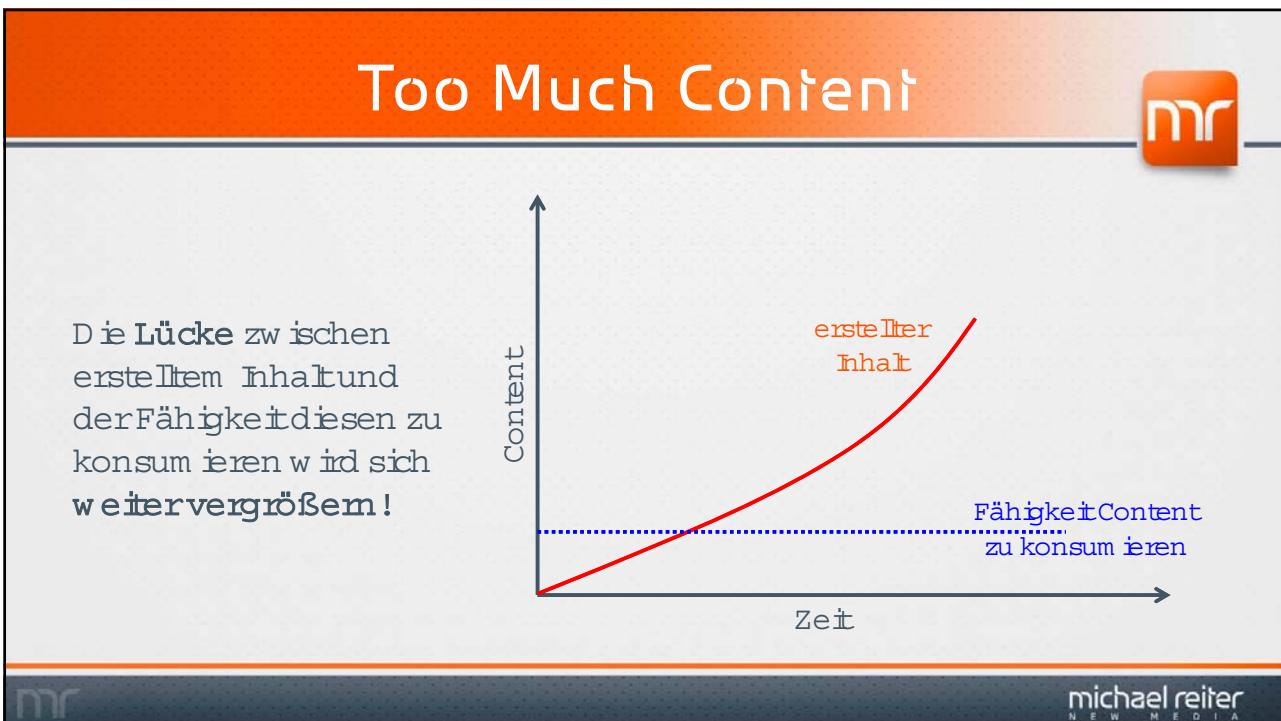
Nutzer wollen unterhalten werden,  
deswegen folgen sie Seiten die einen  
reinen Unterhaltungs-Charakter haben

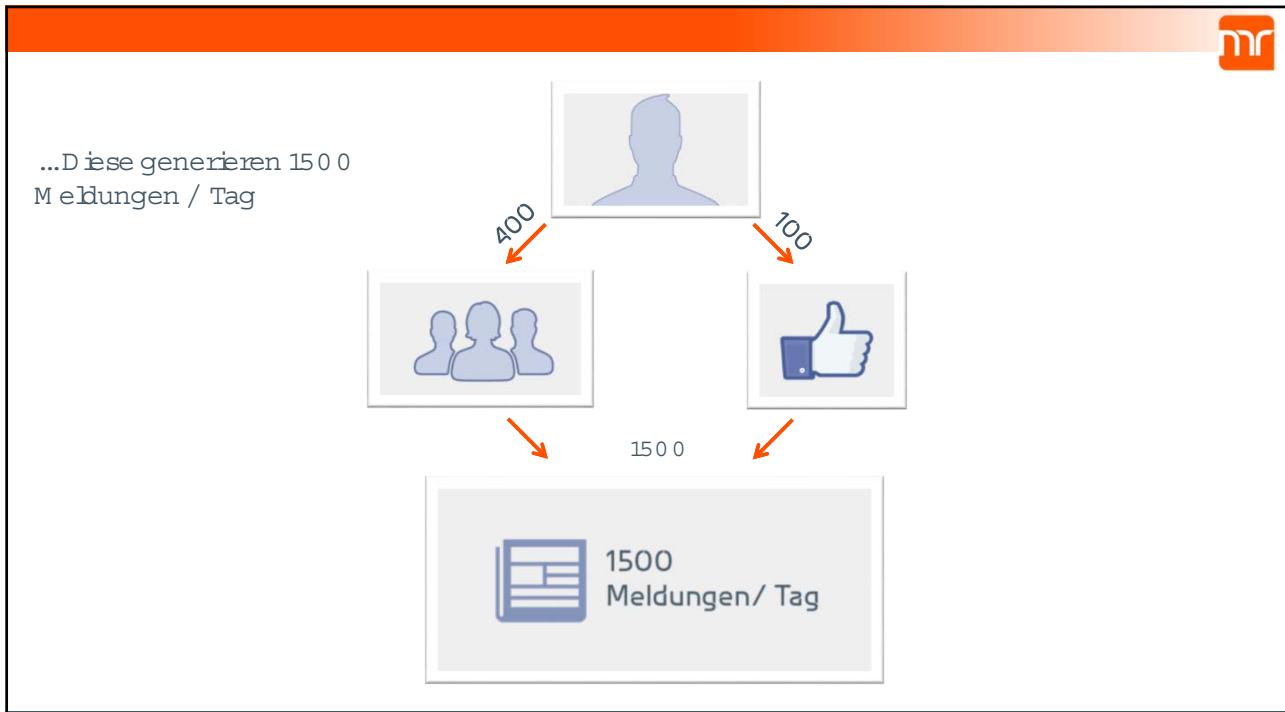
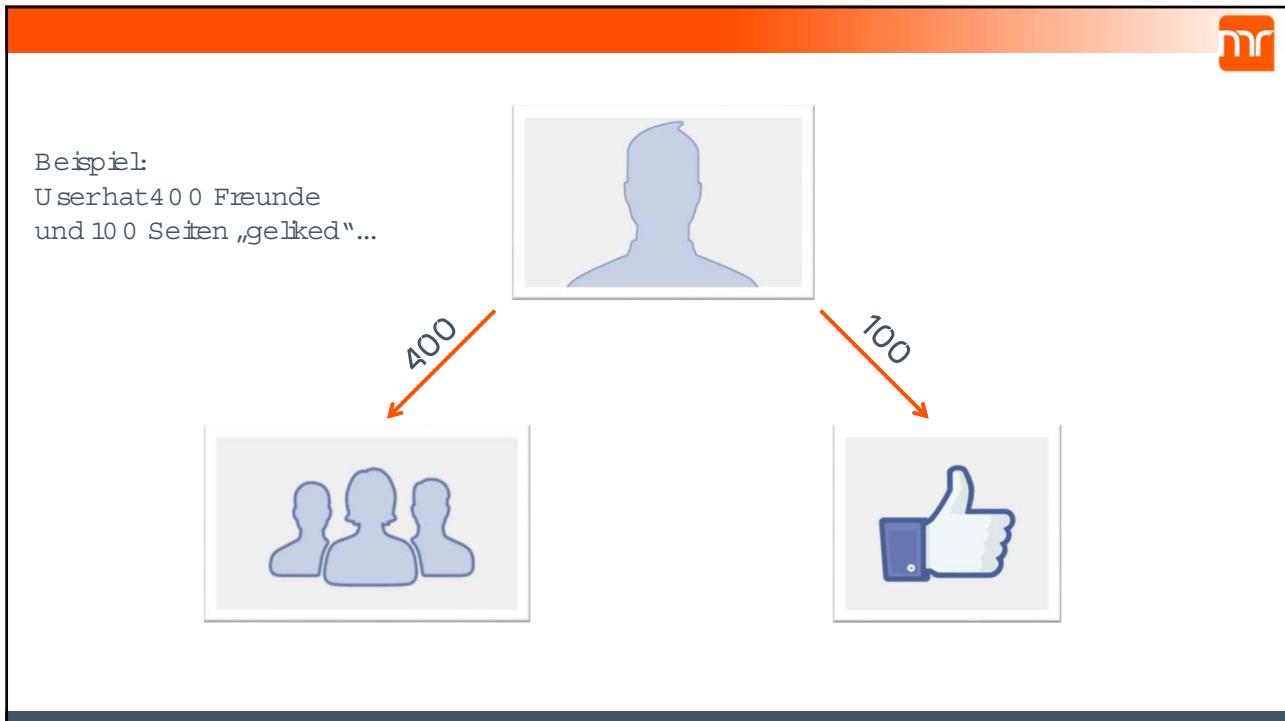


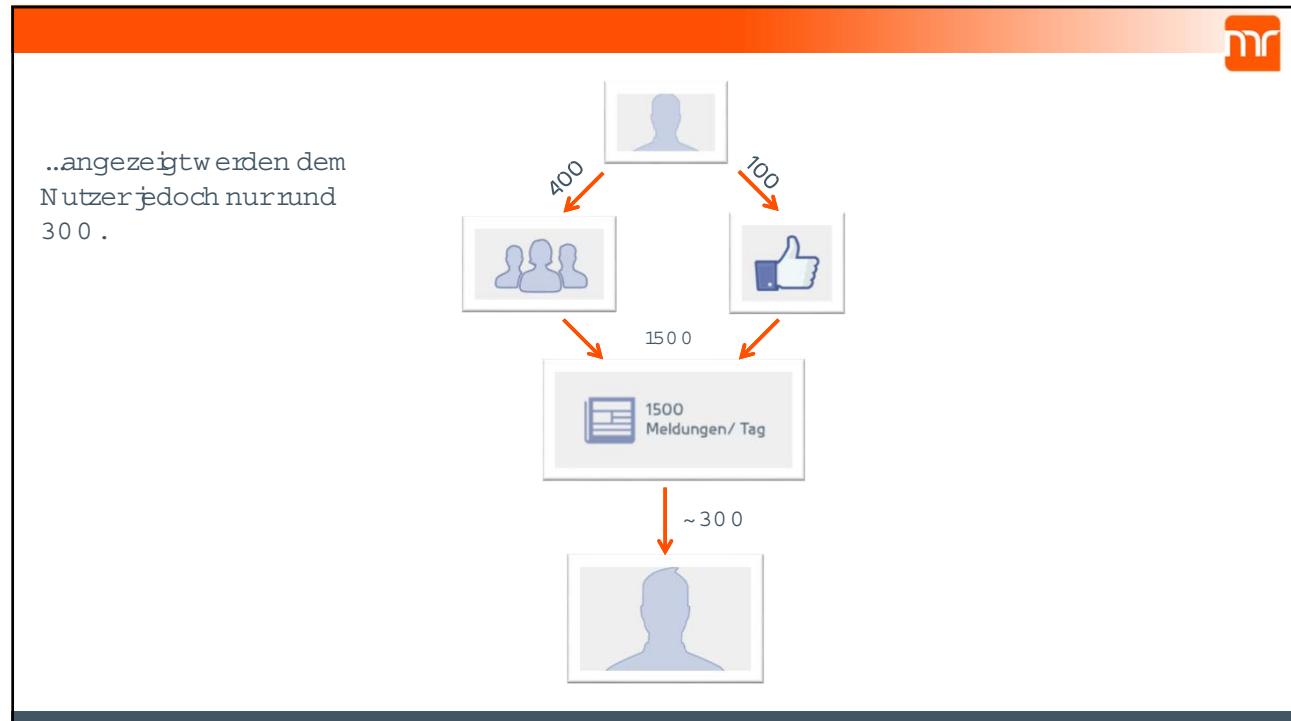
Zu viel Information



INFORMATION  
OVERLOAD







**NEUE  
POSTING  
MÖGLICHKEITEN**

User noch gezielter und unterschiedlicher anzusprechen.



The screenshot shows a Mailjet interface with a blue header bar. A blue callout bubble says: "Neue Beitragsoptionen: Nutze neue Wege, dich mit deinen Kunden zu verbinden, und erziele so noch bessere Ergebnisse." Below the header is a text input field with placeholder "Schreib etwas ...". Below the input field are eight colored icons with their corresponding actions:

- Foto oder Video teilen
- Dein Unternehmen bewerben
- Telefonate aktivieren
- Nachrichten aktivieren
- Veranstaltung erstellen
- Angebot erstellen
- Notiz schreiben
- Live-Video starten

At the bottom of the interface, there is a link "Weniger anzeigen ^".



**Dos**

and



**Don'ts**

**Kreativ werden!**

Je besser die Qualität der Postings, desto höher die Reichweite.

Videos

360 ° Foto

**Live-Formate verwenden**

Sandner Gärtnerei war live — hier: Sandner Gärtnerei.  
Geostet von Michael Reiter [?] · 3. Februar um 10:30 · St. Florian · ⓘ ⓘ

Fachvortrag Live:  
"Echte Aloen und andere Sukkulanten" von Gärtnermeister Werner Sandner

Fans der Seite bekommen eine Benachrichtigung wenn ein live-Video gestartet wird.

mr

## Umfragen und Aufgaben

The screenshot shows a Facebook post from the page "Resch & Frisch". The post features three images of pastries: Erdbeer (strawberry), Vanille (vanilla), and Marille (quince). The text asks: "WELCHER SCHMECKT DIR AM BESTEN?" (Which one do you like best?). Below the images are the flavor names with corresponding smiley faces: Erdbeer (red heart), Vanille (grinning face), and Marille (neutral face). The post has 985 likes and 101 comments.

The screenshot shows a Facebook post from "Hitradio Ö3". It features a math puzzle where three men's faces are added together to equal 30, two women's faces add up to 20, and three women's faces add up to 9. Below these equations is a question mark followed by a red question mark icon. The post has 829 likes and is sorted "Chronologisch".

The image shows two side-by-side screenshots of Facebook pages. The left screenshot is for "Jausenstation Hansberg - Biohof Steinmayr". It features a profile picture with a large green letter 'h' and the text "regional, klein, echt.". The main image is a close-up of a charcuterie board with various meats, cheeses, and pickles. Below the main image are smaller images of a cow and a sandwich. The right sidebar includes sections for Fotos, Community, Info, and Beiträge. The right screenshot is for "Gasthaus 'Zur Schießstätte' & SKY Sportbar". It has a similar layout with a profile picture, a main image of a dish, and a sidebar with Fotos, Community, Info, and Beiträge. Both pages have a blue header bar at the top.

### Interaktion vs. One-Way-Communication

**Like icon:** BILLA post (February 20, 2018) - A white teapot on a blue background with three colored squares (A, B, C) connected by lines to it. Text: "BILLA 20. Februar um 14:00 · 8 Abwarten und Tee trinken! ☕ ☕ Die kalte Jahreszeit feiert man am besten mit einer schönen Tasse Tee. Aber welcher Beutel führt hier zum entspannenden Genuss? Poste bis 23.02.18, 10:00 Uhr deinen Tipps als Kommentar und gewinne mit etwas Glück einen von drei € 30,- BILLA-Einkaufsgutscheinen für noch mehr Gemütlichkeit. Teilnahmebedingungen: <https://goo.gl/xtq5Kf>".

**Dislike icon:** SportScheck post (February 14, 2018) - A person riding a bicycle. Text: "SportScheck 14. Februar um 17:10 · 6 Gut gepackt ist halb verreist! <http://bit.ly/DeuterXV3>".

### Bildqualität

**Like icon:** The Cheesecake Factory post (February 12, 2018) - A close-up of hands grating cheese onto a plate of pasta. Text: "The Cheesecake Factory 12. Februar um 20:30 · 6 Evelyn's Favorite Pasta is Fresh. And not just in the 90s descriptor way. Rigatoni noodles are hand-tossed with oven-dried tomato, zucchini, roasted eggplant, and more for a deliciously satisfying flavor - and that's The Cheesecake Way.".

**Dislike icon:** Gasthaus Kronprinz post (May 16, 2011) - A plate of food with a large, golden-brown schnitzel. Text: "Gasthaus Kronprinz 16. Mai 2011 um 20:06 · 6 Unser Wiener Kabschnitzel... Von vielen auch "Kaiserschnitzel" genannt...".



Welche KPIs (Erfolgsindikatoren) sind relevant?

- Interaktionen
  - Kommentare, Likes, Teilungen, Videoaufrufe
  - Indikator dafür, ob meine Inhalte auch wirklich interessant sind
- Reichweite
  - Nur bei Facebook Seiten sichtbar
- Kontaktaufnahmen:
  - Nachrichten, Anrufe, Emails
  - Zeigt ob ich auch Interesse an Produkt wecken kann
- Buchungen, Verkäufe

→ Zeigen wie gut ich überzeuge

**Performance deines Beitrags**

2.113 Erreichte Personen		
19 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte ⓘ		
16 „Gefällt mir“-Angaben	16 Zum Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
2 Kommentare	2 Zum Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
1 Geteilte Inhalte	1 Zum Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten

**73 Klicks auf Beiträge**

0 Fotoaufrufe	57 Link-Klicks	16 Andere Klicks ⓘ
---------------	----------------	--------------------

**NEGATIVES FEEDBACK**

0 Beitrag verbergen	0 Alle Beiträge verbergen
0 Als Spam melden	0 Seite gefällt mir nicht mehr

Insights-Aktivitäten werden in der pazifischen Zeitzone angezeigt.  
Die Aktivität von Werbeanzeigen wird in der Zeitzone des Werbekontos angezeigt.

## Facebook Werbung

**Alter**  
14-64  
65+

**Geschlecht**

**Sprache**

**Ort**  
Global, National,  
Bundesland, Ort

## Zielgruppentypen



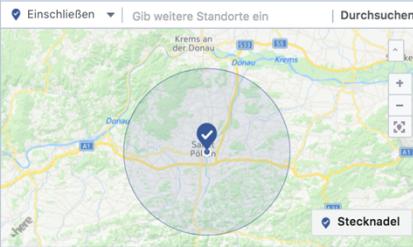
Core Audiences      Custom Audiences      Lookalike Audiences

### 1. Core Audience

Standorte ⓘ Jeder an diesem Ort ▾

Österreich  
St. Pölten, Lower Austria + 18km ▾

Einschließen ▾ Gib weitere Standorte ein | Durchsuchen



Standorte auf einmal hinzufügen

**Geografie**

**Demographie**

Alter ⓘ 18 - 65+ ▾

Geschlecht ⓘ Alle Männer Frauen

Sprachen ⓘ Gib eine Sprache ein ...

**Interessen**

Detailliertes Targeting ⓘ Personen EINSCHLIESSEN, auf die mindestens EINES der folgenden Merkmale zutrifft ⓘ

- Interessen > Einkaufen und Mode > Modeaccessories
  - Sonnenbrillen
- Interessen > Zusätzliche Interessen
  - Einkaufen und Mode
  - fashion lovers
  - mode
  - Style & Fashion

Demografie, Interessen oder Verhaltenswei... | Vorschläge | Durchsuchen

## 2.) Custom Audience

**Custom Audience erstellen**

Wie möchtest du diese Zielgruppe erstellen?

Erreiche Personen, die eine Beziehung zu deinem Unternehmen haben, egal, ob es sich dabei um Bestandskunden oder Personen handelt, die auf Facebook oder anderen Plattformen mit deinem Unternehmen interagiert haben.

<b>Kundendatei</b>  Verwende eine Kundendatei, um deine Kunden mit Personen auf Facebook abzugleichen und eine Zielgruppe aus den Übereinstimmungen zu erstellen. Die Daten werden vor dem Hochladen mit einem Hash versehen.
<b>Webseiten-Traffic</b>  Erstelle mithilfe des Facebook-Pixels eine Liste an Personen, die deine Webseite besucht oder bestimmte Handlungen vorgenommen haben.
<b>App-Aktivität</b>  Erstelle eine Liste an Personen, die deine App oder dein Spiel geöffnet oder bestimmte Handlungen vorgenommen haben.
<b>Offline-Aktivität</b> <span style="background-color: #0072BC; color: white; padding: 2px;">AKTUALISIERT</span>  Erstelle eine Liste an Personen, die im Laden, per Telefon oder über andere Offline-Kanäle mit deinem Unternehmen interagiert haben.
<b>Interaktion</b> <span style="background-color: #0072BC; color: white; padding: 2px;">AKTUALISIERT</span>  Erstelle eine Liste der Personen, die mit deinem Content auf Facebook oder Instagram interagiert haben.

Dieser Prozess ist sicher und die Details zu den Kunden bleiben privat.

## 2.) Custom Audience: Facebook Interaktionen

**Custom Audience erstellen**

Was möchtest du zum Erstellen dieser Zielgruppe verwenden?

Mit Zielgruppen basierend auf Interaktionen kannst du Personen erreichen, die bereits mit deinen Inhalten auf Facebook interagiert haben.

<b>Video</b> <span style="background-color: #0072BC; color: white; padding: 2px;">UPDATED</span> Erstelle eine Liste an Personen, die sich Zeit genommen haben, deine Videos auf Facebook oder Instagram anzusehen. Von: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="radio"/>
<b>Lead-Formular</b> <span style="background-color: #0072BC; color: white; padding: 2px;">UPDATED</span> Erstelle eine Liste an Personen, die ein Formular in deinen Lead Ads auf Facebook oder Instagram geöffnet oder ausgefüllt haben. Von: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="radio"/>
<b>Vollbild-Erlebnis</b> <span style="background-color: #0072BC; color: white; padding: 2px;">UPDATED</span> Erstelle eine Liste von Personen, die deine Collection Ad oder dein Canvas auf Facebook geöffnet haben. Von: <input type="checkbox"/>
<b>Facebook-Seite</b> Erstelle eine Liste mit Personen, die mit deiner Seite auf Facebook interagiert haben. Von: <input type="checkbox"/>
<b>Instagram-Business-Profil</b> <span style="background-color: #0072BC; color: white; padding: 2px;">NEU</span> Erstelle eine Liste der Personen, die mit deinem Instagram Business-Profil interagiert haben. Von: <input type="checkbox"/>
<b>Veranstaltung</b> <span style="background-color: #0072BC; color: white; padding: 2px;">NEU</span> Personen, die mit meinen Veranstaltungen auf Facebook interagiert haben. Von: <input type="checkbox"/>

**Erstelle eine Custom Audience**

Personen einbeziehen, die **BELIEBIG** der folgenden Kriterien erfüllen:

Seite:  Die  Alle, die mit deiner Seite interagiert haben  In den letzten **365** Tage

Weitere einschließen  Ausschließen

Name der Zielgruppe: Benenne deine Zielgruppe **50** Beschreibung anzeigen

Zielgruppe erstellen  Zurück  Abbrechen

## 2.) Custom Audience: Facebook Pixel

The screenshot shows a Zalando SE [DE] page with a Facebook Pixel Helper extension. The extension's sidebar lists standard event codes for different website actions:

Website action	Standard event code
View content	fbq('track', 'ViewContent');
Search	fbq('track', 'Search');
Add to cart	fbq('track', 'AddToCart');
Add to wishlist	fbq('track', 'AddToWishlist');
Initiate checkout	fbq('track', 'InitiateCheckout');
Add payment info	fbq('track', 'AddPaymentInfo');
Make purchase	fbq('track', 'Purchase', {value: '0.00', currency: 'USD'});
Lead	fbq('track', 'Lead');
Complete registration	fbq('track', 'CompleteRegistration');

Über den Facebook Pixel können Webseiten-Aktivitäten im Internet getrackt werden um auf Facebook Remarketing betreiben zu können.

## 3.) Lookalike Audience

The screenshot shows the "Lookalike Audience erstellen" (Create Lookalike Audience) interface. The settings include:

- Quelle: Michael Reiter - New Media
- Ort: Österreich
- Anzahl der Zielgruppen: 3

A chart titled "Geschätzte Reichweite" (Estimated Reach) shows the estimated number of people reached for different audience sizes (Zielgruppe n):

Zielgruppe n	39.4K	39.4K	118.2K
0	0	0	0
1	39.4K	39.4K	0
2	0	0	0
3	39.4K	39.4K	0
4	0	0	0
5	39.4K	39.4K	118.2K

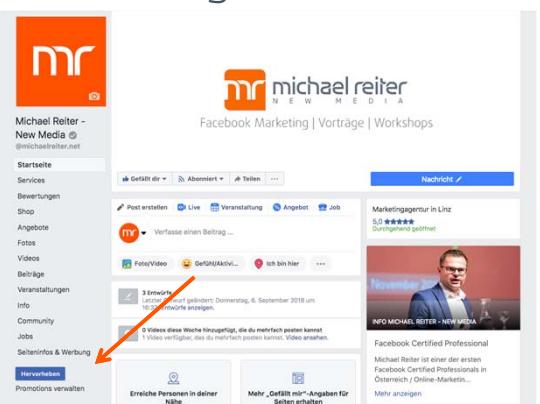
Facebook wählt Personen aus die einer bestehenden Zielgruppe ähneln.

Basis bildet die eigene Facebook Seite oder bereits erstellte Zielgruppen.

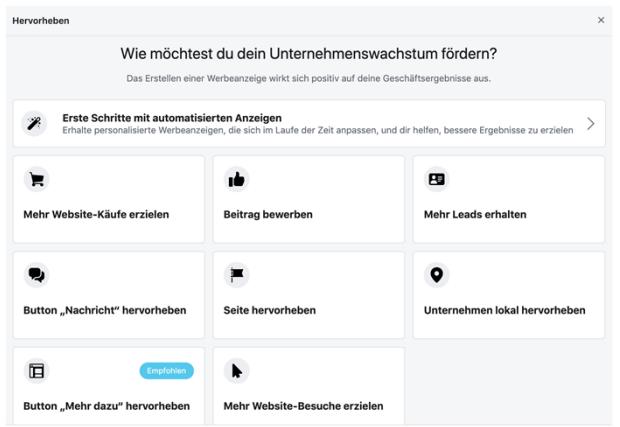
Ausgewählte Personen die ähnliche Interessen, Freundschaftsverbindungen, demografische Merkmale,...haben.

Optimal neue Kunden zu erreichen.

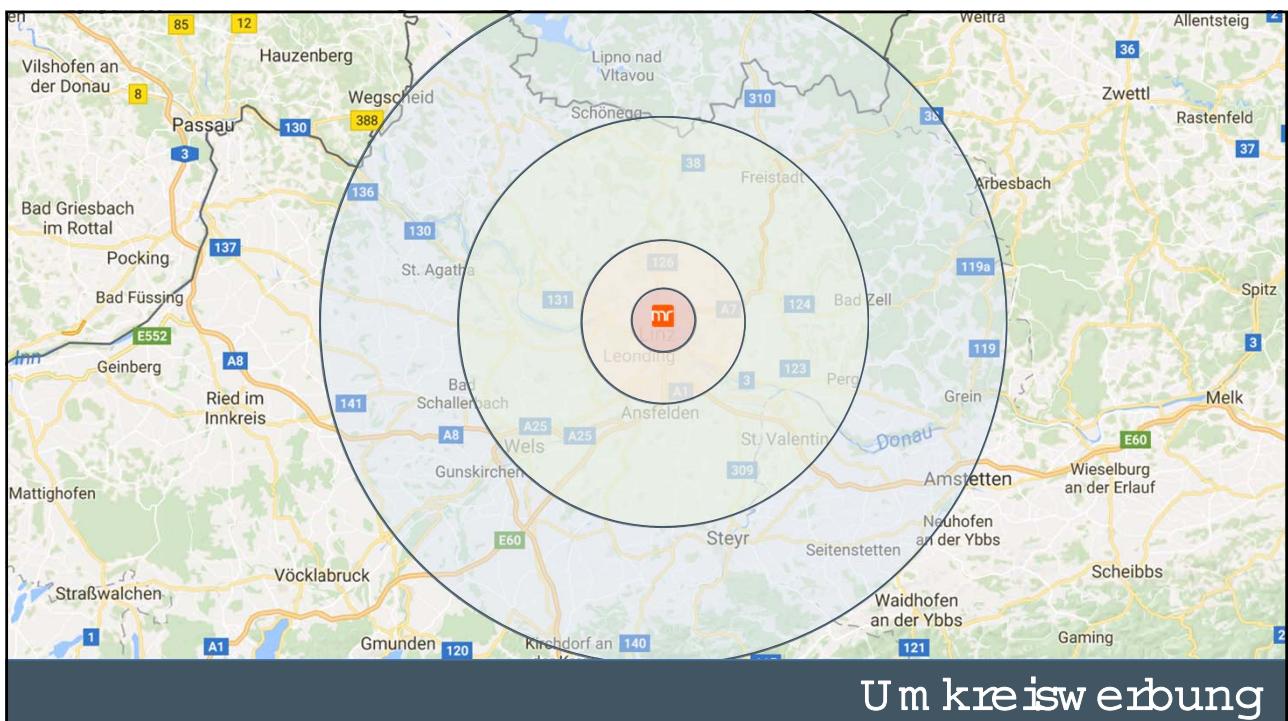
**Werbbeanzeige erstellen: schnell & einfach**



1. „Hervorheben“-Button auf Seite klicken



2. Werbetypr auswählen



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, there's a sidebar with sections like 'Werbeanzeigenmanager', 'Kampagne' (with 'Ziel' selected), 'Anzeigengruppe' (with 'Traffic' selected), and 'Werbeanzeige' (with 'Identität' selected). The main area is titled 'Werbeanzeige erstellen: schnell & einfach'. It has tabs for 'DESKTOP NEWS FEED', 'MOBILER NEWS FEED', and 'RECHTE SPALTEN'. The 'RECHTE SPALTEN' tab is active, showing a preview of the ad for 'Michael Reiter - New Media' with a budget of 2,00 EUR for 3 days. To the right, a 'Zielgruppe bearbeiten' (Target Audience Edit) dialog box is open, allowing users to define the target audience by gender (Alle, Männer, Frauen), age (18-65+), and location (Österreich, Linz, Upper Austria). A success message at the bottom says 'Deine Zielgruppe ist definiert. Gut gemacht!' (Your target audience is defined. Good job!).

### 3. Zielgruppe, Budget und Lauffzeit definieren

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The sidebar on the left includes 'Werbeanzeigenmanager', 'Kampagne' (with 'Ziel' selected), 'Anzeigengruppe' (with 'Traffic' selected), and 'Werbeanzeige' (with 'Identität' selected). The main area is titled 'Werbeanzeige erstellen: www.facebook.com/admanager'. It has tabs for 'Neue Kampagne erstellen' (New Campaign Create) and 'Vorhandene Kampagne verwenden' (Existing Campaign Use). The 'Neue Kampagne erstellen' tab is active, showing a table for defining the marketing goal. The table has three columns: 'Bekanntheit' (Markenbekanntheit, Traffic, Reichweite), 'Erwartung' (Traffic, Interaktionen, App-Installations, Videoaufrufe, Leadgenerierung, Nachrichten), and 'Conversion' (Conversions, Katalogverkäufe, Store Traffic). A button 'Zu Quick Creation wechseln' (Switch to Quick Creation) is located in the top right of the main area.

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, there's a sidebar with navigation options like 'Kampagne', 'Anzeigengruppe', and 'Werbeanzeige'. The main area is titled 'Platzierungen bearbeiten' (Placement settings) and shows a list of placements for 'Facebook' and 'Instagram'. It includes sections for 'Feeds' (Facebook News Feed, Instagram-Feed, etc.) and 'Stories' (Facebook Stories, Instagram Stories, Messenger Stories). To the right, there's a preview of a burger ad on a mobile screen and a summary section for the target audience.

**Zielgruppengröße**

Die von dir gewählte Zielgruppe ist ziemlich groß.

Potenzielle Reichweite: 4.300.000 Personen

**Geschätzte Tagesergebnisse**

Geschätzte Tagesergebnisse sind für diese Kampagne nicht verfügbar, da ihr Budget für Anzeigengruppen optimiert wurde.

The screenshot shows two 'Beitrag auswählen' (Post selection) dialog boxes. The left one is for 'Facebook-Seite' and the right one is for 'Instagram'. Both dialogs allow filtering by post ID, creation date, and other metrics. The Instagram dialog shows a single post selected for video content.

Facebook-Seite	Instagram
Alle Beiträge	Instagram
Filter nach:	Branded Content
Beitrags-, Bild- oder Video-IDs oder sonstige Keywords	
Facebook-Beitrag	Instagram-Beitrag
Beitrags-ID	Beitrags-ID
Erstellungsdatum	Erstellungsdatum
Urt mir*-Ang.	Urt mir*-Ang.
Commentare	Commentare
Teilteile Inhalt	Medienart

## Reichweiten bei 10€ und 100€ Werbebudget

**10€ = 1300-4600**

**100€ = 11000-57000**

## Alle veröffentlichten Beiträge

Veröffentlicht	Beitrag	Typ	Zielgruppe	Reichweite	Interaktionen	Hervorheben
23.12.2019 10:42				179	11 19	<button>Beitrag bewerben</button>
05.12.2019 12:09				524	87 34	<button>Beitrag bewerben</button>
13.11.2019 17:58				520	73 29	<button>Beitrag bewerben</button>
11.10.2019 11:06				164	4 1	<button>Beitrag bewerben</button>
19.09.2019 17:53				391	56	<button>Beitrag bewerben</button>
11.09.2019 14:20				6,7K	Organisch 372 Bezahlt 6.417	<button>Promotion anzeigen</button>
01.09.2019 11:31				164	15 1	<button>Beitrag bewerben</button>
14.08.2019 13:31				303	8 4	<button>Beitrag bewerben</button>
01.08.2019 10:05				217	22 1	<button>Beitrag bewerben</button>
22.07.2019 09:20				305	30 14	<button>Beitrag bewerben</button>
15.07.2019 08:50				179	2 0	<button>Beitrag bewerben</button>

# Warum es so wichtig ist bei **Google** Österreich richtig eingetragen zu sein...



9/10 Suchanfragen finden auf Google statt



86% klicken nie auf die zweite Seite der Google-Treffer



2/3 aller Personen betrachten nur die ersten 5 Treffer



93% der Online-Aktivitäten beginnen mit einer Suche



Über 65% der Suchanfragen kommen von mobilen Geräten



<https://www.google.com/business/>

Google My Business

Anmelden oder [Unternehmen eintragen](#)

Startseite Gefunden werden Kontakt zu den Kunden Bequemes Verwalten Häufig gestellte Fragen

## Ihr Unternehmen auf Google – kostenlos

**Neu** – Mit Google My Business ist Ihr Unternehmen im Internet präsent. Kunden finden Sie über die Google-Suche, in Google Maps oder auf Google+.

[Unternehmen eintragen](#)

**Miniatuur Wunderland**  
1.656 Follower auf Google+  
Routenplaner Folgen

Das Miniatuur Wunderland in Hamburg ist die größte Modelleisenbahnanlage der Welt. Sie befindet sich in der historischen Speicherstadt und wird von der Miniatuur Wunderland Hamburg GmbH betrieben. Wikipedia  
Adresse: Kehnweier 2, 20457 Hamburg  
Telefon: 040 3005800

Miniatuur Wunderland

Google My Business

michael reiter

Alle Bilder News Maps Videos Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 299 000 Ergebnisse (0,54 Sekunden)

**KONTAKT - Michael Reiter | New Media**  
<https://www.michaelreiter.net/kontakt/>  
michael reiter new media press. Michael Reiter ist Online Marketing Experte ...

**Michael Reiter | New Media:** Facebook Workshops, Vorträge, Marketing  
<https://www.michaelreiter.net/> Michael Reiter | New Media betreut Unternehmen beim richtigen Einsatz von neuen Medien in seinen Facebook Workshops und Vorträgen.

**Michael Reiter - Werbeagentur - Telefon - Kontakt - Information und ...**  
<https://firmen.ko.at/Web/DetailKonsolid.aspx?FirmalD=13ca67d8-31ea-4c34...> Michael Reiter, Werbeagentur, 4040 Linz, Freistädter Straße 403a, WKO: Alle Informationen aus erster Hand, FG Werbung und Marktkommunikation ...

**Michael Reiter - Meinbezirk.at**  
<https://www.meinbezirk.at> i Themen ▾ Aktuelle Nachrichten und ausführliche Berichte rund ums Thema Michael Reiter .... Online-Marketing Experte Michael Reiter gab bei der Frau in der Wirtschaft .... Bezirksrundschau Oberösterreich | Linz | am 28.03.2013 | 309 mal gelesen.

**Bilder zu michael reiter linz**

[Weitere Bilder zu michael reiter linz](#)

[Unangemessene Bilder melden](#)

**Michael Reiter | New Media**  
5,0 ★★★★★ 5 Google-Rezensionen  
Werbeagentur in Linz, Österreich  
Adresse: Freistädter Str. 403a, 4040 Linz  
Öffnungszeiten: Heute geöffnet 08:00-20:00  
Änderung vorschlagen  
Fehlende Informationen hinzufügen  
Telefonnummer hinzufügen

**Bewertungen**  
5 Google-Rezensionen

[Rezension schreiben](#) [Foto hinzufügen](#)

[An mein Smartphone senden](#) [Senden](#)

**michael reiter linz**

08:57 88 %

Michael Reiter | New Media  
5,0 ★★★★★ (5) Werbeagentur in Linz, Österreich  
ÜBERSICHT BEITRÄGE REZENSIONEN  
ROUTENPLANER SPEICHERN WEBSITE  
Freistädter Str. 403a, 4040 Linz 5 m  
Heute geöffnet 08:00-20:00

Google reisen

Alle Bilder News Maps Videos Mehr Einstellungen Tools

Ungefähr 158 000 000 Ergebnisse (0,67 Sekunden)

**ThomasCook Reisen - Mit Bestpreis-Garantie**

Anzeige www.thomascook.de/Reisen/Angebote ▾  
Reise-Angebote jetzt auf ThomasCook vergleichen & zum Bestpreis online buchen!  
Ziele: Kreta, Mallorca, Bulgarien, Portugal, Gran Canaria, Italien, Türkische Riviera

Hughada ab € 216,00 7 Nächte - All Inclusive	Fuerteventura ab € 358,00 7 Nächte inkl. Flug	Mallorca ab € 221,00 7 Nächte inkl. Flug
--	---	--

**Reisen bei Ab in den Urlaub - Schnäppchen & Satte Rabatte**

Anzeige www.ab-in-den-urlaub.de/Reisen/-40% ▾ +49 341 6505080720  
Stündlich neue Top-Angebote für Ihre Traum-Reisen. Jetzt zum Tiefpreis buchen!  
Nirgendwo Günstiger - TOP-Deals: 50 + 100 + 200 € Cashback - Stündlich neue Angebote  
Test Online-Reisebüros 2016, Bewertung: Sehr Gut – servicevalue.de  
Last Minute bis 299€ · All Inclusive Schnäppchen - Frühbucher 2017/18 · Ab in den Urlaub: 2017/18

**Reisen mit Bestpreisgarantie - Aufgepasst: Top Reise-Deals**

Anzeige www.travel24.com/Reise\_Vergleich/Reisen\_Bis-/0% ▾  
Reisen - Hier alle Veranstalter vergleichen & so günstig wie noch nie buchen!

**Reise zum besten Preis - Schnell, Einfach, Gratis - trivago.at**

Anzeige www.trivago.at/Reise/Preisvergleich ▾  
Günstige Hotels, bis -78% reduziert - Jetzt das ideale Hotel finden!

**Günstige Reisen und Reisedeals | Urlaubsguru.at**  
https://www.urlaubsguru.at/reisen/ ▾  
Finde hier günstige Reisen und Pauschalreisen. Die besten Reisedeals für Paare, Singles und Familien hat Urlaubsguru.at. Schönen Urlaub!

## Bezahlte Anzeigen

Einfach online werben | AdWords Express

Startseite Funktionsweise Kosten Ressourcen ANMELDEN

www.google.at/adwords/express/

Dank einfacher Onlinewerbung mehr Kunden gewinnen

Erstellen Sie in nur 15 Minuten Ihre Onlineanzeige, Google kümmert sich dann um alles Weitere.

REGISTRIEREN

Wir helfen Ihnen kostenlos bei der Einrichtung. Rufen Sie uns an: 0800 201 728 \*

VORTEILE

Warum Google AdWords Express?

AdWords Express ist optimal für einzelne Werbetreibende geeignet oder für solche, die nicht alle AdWords-Funktionen benötigen.

Schnell loslegen

Die Werbebotschaft formulieren

Michael Reiter | New Media

Social Media Workshop  
[Anzeige](#) www.michaelreiter.net  
 0666 12345678  
 Ihre Kunden nutzen schon längst  
 neue Medien! Sie auch?  
 Freistädter Straße 403a, Linz

Inaktiv **ÜBERSICHT**

Nutzen Sie schon neue Medien? - Social Media Workshops.  
[Anzeige](#) www.michaelreiter.net • 0699 12345678  
 Kostenlose Ersterberatung.  
 Freistädter Straße 403a, Linz

Inaktiv **ÜBERSICHT**

Social Media Workshops - Jetzt buchen.  
[Anzeige](#) www.michaelreiter.net  
 Nutzen Sie auch schon neue Medien?  
 Freistädter Straße 403a, Linz

Inaktiv **ÜBERSICHT**

Social Media Workshops - Vorträgen.  
[Anzeige](#) www.michaelreiter.net • 0699 12345678  
 Nutzen sie soziale Medien!  
 Freistädter Straße 403a, Linz

Inaktiv **ÜBERSICHT**

Rohrbruch oder Verstopfung? - Wir  
[Anzeige](#) www.michaelreiter.net • 0699 12345678  
 Kostenlose Ersterberatung.  
 Freistädter Straße 403a, Linz

Inaktiv **ÜBERSICHT**

Rohrbruch? Jetzt anrufen. - Vom P  
[Anzeige](#) www.michaelreiter.net • 0732 3212345678  
 Ihr Installateur in St. Pölten  
 Freistädter Straße 403a, Linz

Inaktiv **ÜBERSICHT**

**Anzeige erstellen**

Geografische Ausrichtung festlegen

Ausrichtung nach Einstellung vom Unternehmen  
 Ausrichtung nach Ort, Region oder Land

Wo soll Ihre Anzeige geschaltet werden?  
 Leonding, Linz, Enns, Hörsching, Ansfelden

Potentielle Größe der Zielgruppe  
**728.971**  
 Nutzer pro Monat

Dies ist ein Schätzwert der Nutzer, die an den angegebenen Standorten bei Google nachsuchen. Die Größe der Zielgruppe hat keinen Einfluss auf Ihre Kosten.

Ausschnitt aus einer Karte von Linz und Umgebung mit markierten geografischen Bereichen.

ZURÜCK WEITER

Produkt oder Dienstleistung auswählen

In welcher Sprache möchten Sie werben?  
 Deutsch

Für welche Produkt oder welche Dienstleistung möchten Sie werben? Für welches Produkt oder welche Service möchten Sie in dieser Anzeige werben?

Hier sehen Sie einige Vorschläge für Produkt- oder Dienstleistungssegmente, die für Sie geeignet wären:

- Marketingberater
- Online Marketing Agentur
- Socialmediaberater
- Zum Beispiel: Installateur

Potentielle Größe der Zielgruppe  
**728.971**  
 Nutzer pro Monat

Dies ist ein Schätzwert der Nutzer, die an den angegebenen Standorten bei Google nachsuchen. Die Größe der Zielgruppe hat keinen Einfluss auf Ihre Kosten.

ZURÜCK WEITER

## Auswertungen & Statistiken

Übersicht

Social Media Workshop  
 Anzeige für Michael Reiter | New Media  
 Wird in der Google-Suche, auf Google Maps und auf Partnerwebsites auf allen Geräten geschaltet

Inaktiv **PLANUNG: IMMER** BEARBEITEN

1. März 2012 bis 11. Apr. 2017 ▾

	Impressionen	Klicks	Suchwortgruppen
	8.191	37	16 insgesamt
Anzeigenimpressionen	Geräte: Smartphones 91%, Tablets 2%, Computer 6%	Geräte: Smartphones 78%, Tablets 8%, Computer 14%	Wortgruppen: social medien 420, social media seminar 4, social media schulung 9, begriff social media 9, social media ist 9, social media beratung 5, das social media 3
Google-Quellen	Google-Suche 5%, Google-Partnerwebsites 95%, Weitere Quellen 0%	Google-Quellen: Google-Suche 16%, Google-Partnerwebsites 84%, Weitere Quellen 0%	Klicks: 5
Anrufklicks	0	0	Impressionen: 21,75 €
Aktionen abbilden	0	0	Kosten: 21,75 €



## 6 TIPPS FÜR IHR ERFOLGREICHES ONLINE MARKETING

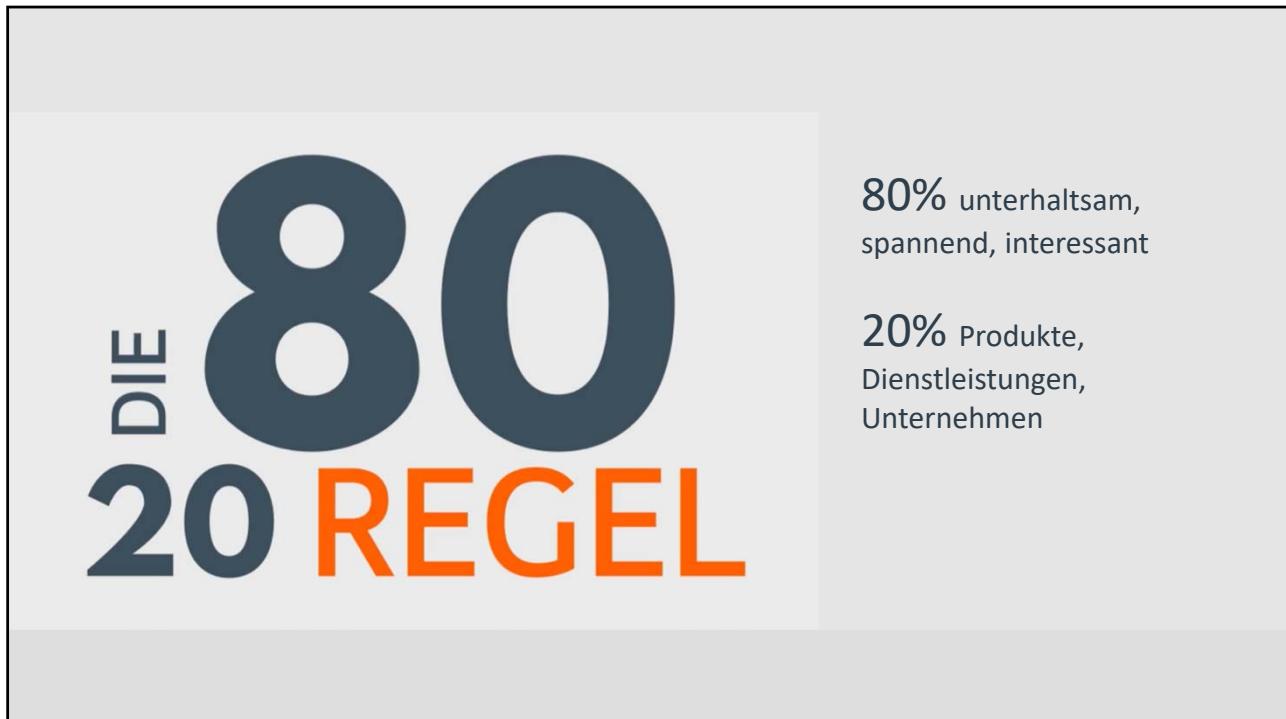


michael reiter  
NEW MEDIA

Welche Inhalte sind wirklich relevant und interessant für Ihre Zielgruppe?

Nur Inhalte mit „Mehrwert“ funktionieren langfristig!

Weniger ist oft mehr!



Wenn SocialMedia - dann richtig, nachhaltig und professionell! **Ausdauer** ist gefragt!

Geben Sie den Personen Einblicke in Ihre Arbeit.

**Bindung** und **Vertrauen** werden dadurch gestärkt und aufgebaut.

Durch den gezielten Einsatz digitaler Werbung können einfach viele Personen erreicht werden!

Viel Leistung für wenig Geld!  
Noch ... aber vielleicht nicht mehr lange.

**ONLINE MARKETING**  
LAUFEND ERFOLGREICH MITTELS DIGITALER WERBUNG VERKAUFEN

**VIELEN DANK!**

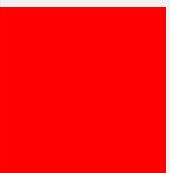
[www.michaelreiternet](http://www.michaelreiternet)  
[office@michaelreiternet](mailto:office@michaelreiternet)  
[www.facebook.com/michaelreiternet](http://www.facebook.com/michaelreiternet)

8.April 2020

[wko.at/ooe/erfolgplus](http://wko.at/ooe/erfolgplus)

**ERFOLG PLUS: Förderprogramm E-Commerce**  
**Modul 1-Konzept: 75% bis zu € 750,-**  
**NEU: Umsetzung & Bewerbung: 50% bis zu € 2.000,-**

1. Antrag über eService der WKOÖ



2. Mit Firmenaccount anmelden und „Geförderte Beratungen“



3. „Förderansuchen einbringen“ und ...




[www.wko.at/ooe/jetzt-umsatz-online-machen](http://www.wko.at/ooe/jetzt-umsatz-online-machen)



### Online-Videoberatung: Jetzt.Umsatz.Online.Machen!

- 60 Minuten kostenlos und einfach Ihre Online Umsatz-Idee mit Experten besprechen und Klarheit für die nächsten Umsetzungsschritte, sowie Fördermöglichkeiten bekommen.
- Buchen Sie 1 Beratungsstunde an einem der Termine  
**14. April 2020 (ausgebucht)**      **16. April 2020 (ausgebucht)**  
**21. April 2020 (ausgebucht)**      **22. April 2020 (ausgebucht)**  
**29. April 2020**  
**7. Mai 2020**

ALLES UNTERNEHMEN.



<https://online.wkooe.at/WKO/2020-30072>



WIFI Unternehmerakademie  
Online-Seminar plus 3 individuelle Trainerstunden

### Mit Online Aktivitäten gut durch die Krise kommen

Mo, 27.04.2020: 16.00 - 18.00  
Einzeltraining wird individuell vereinbart!

Teilnahmegebühr: € 120,- statt 600,- (80%ige Förderung des Landes OÖ)

ALLES UNTERNEHMEN.



[www.wko.at/ooe/jetzt-umsatz-online-machen](http://www.wko.at/ooe/jetzt-umsatz-online-machen)

## KONTAKT | INFO



- **FRAGEN? – WIR FREUEN UNS**
  - Hans Baldinger
  - T +43 5-90909-3542
  - M +43 664 82 61 722
  - E [johann.baldinger@wkoee.at](mailto:johann.baldinger@wkoee.at)
- **WIR BEDANKEN UNS FÜR IHR INTERESSE!**

**WKO**  
WIRTSCHAFTSKAMMER OBERÖSTERREICH