

Pascal Dupont Mercier

**Tipps und Tricks für Kleine
& mittlere Unternehmen**



Ratgeber

Tipps und Tricks für Kleine und mittlere Unternehmen

Freiberufler und Existenzgründer
Pascal Dupont Mercier

Inhaltsverzeichnis

[Titelseite](#)

[Tipps und Tricks für Kleine und mittlere Unternehmen](#)

[Wireless ins Kundenherz: WLAN-Marketing als neues Tool für die Absatzwirtschaft](#)

[5 Tipps, um die E-Mail-Öffnungsrate zu verbessern](#)

[Der Vidicube: Minimaler Aufwand. Maximale Aufmerksamkeit.](#)

[Risiko BYOD: Rechtliche Aspekte und Nutzen in Einklang bringen](#)

[5 Fehler, die Sie bei den Social Networks vermeiden sollten](#)

[Unsichere Websites entlarvt der Mixed Content Checker 2.0 von Internet Marketing Service](#)

[Neue Chancen für Selbstständige Dienstleister - Vermittlungsplattformen am Vormarsch](#)

[Kostenlose und lizenzfreie Bilder - Kunst für Webseiten, Blogs und Nachrichtenportale](#)

[Video Marketing bringt Vorteile für schlaue Unternehmer](#)

[Micro-Influencer-Marketing effizient gestalten](#)

[Gerichtliches Mahnverfahren - Mahnbescheid, Vollstreckungsbescheid beantragen jetzt per Smartphone, FinTech Unternehmen bietet moderne Lösung](#)

[anzeiger24.de: Digitales Schaufenster für lokale Anbieter](#)

[GetWorkDone ist die neue Gig-Plattform für Auftraggeber und selbständige Dienstleister in der Schweiz](#)

[Ohne GEMA Gebühren: Hintergrundmusik in Gastronomie, Handel und Wartezimmer](#)

[4 Gründe, wie Unternehmen mit Factoring ihre Finanzen stärken können](#)

[LeanWissen für ALLE - kostenfrei - The LeanOnlineAcademy.](#)

[So klappt es mit dem sicheren Passwort](#)

[Video Kleinanzeigen](#)

[Nebeneinkommen für Designer durch personalisierte Fußmatten](#)

[Neuer Lloyd´s Register - Infodienst ab sofort verfügbar. Topaktuell, fundiert. Kostenfrei.](#)

[Immer mehr Firmenkunden bei Deutsche-Lieferadresse](#)

[Nehmen Sie Ihren Affiliate Kanal unter die Lupe](#)

[Tipps für die Business-Planung: So klappt's mit der Finanzierung](#)

[Kostenlose Online Werbung](#)

["Tipps für Privatverkäufer bei eBay, Kleiderkreisel & Co" - Expertengespräch des D.A.S. Leistungsservice](#)

[YuroPay - das E-Geld Online-Konto, das ohne Bonitätsprüfung erhältlich ist.](#)

[Newsletter-Support.de: E-Mail Marketing Grundlagen > Web-orientiertes Schreiben: Eine Frage des Stiles](#)

[3 Gründe: Brand Bidding auf fremde Marken lohnt nicht](#)

[Was Inkassobüros nicht dürfen - Wenden Sie sich an die Centurio Finanz AG](#)

[Ein Start-Up für Start-Ups: Creative 85/ launcht Corporate-Design-Baukasten "Business-Kit"](#)

[Mit checkrobin den besten Versanddienstleister finden](#)

[Das Londoner Fintech Azimo vereinfacht internationale Überweisungen über die Telefonnummer](#)

[Mittelstands-Finanzierung: Online-Marktplatz creditshef erweitert sein Angebot auf Drei-Jahres-Kredite](#)

[Günstige Produkte dank lokaler Kleinanzeigen finden](#)

[Newsletter-Support.de: E-Mail Marketing Grundlagen > in die Rolle der Empfänger versetzen](#)

[SK bietet neuen Online-Zugang rund um das Thema Gemeinnützigkeit](#)

[SSL-Umstellung für WordPress](#)

[Lassen Sie sich nicht unterkriegen: So managen Sie die E-Mail-Flut](#)

[Mit der Legal Tech-App "RechtSmart" sein Recht selbst in die Hand nehmen](#)

[Crowdfax von Experten für den Deutschen Gründerpreis vorgeschlagen](#)

[Wichtig für Unternehmer - Eigentumsvorbehalt sichern](#)

[Kreditkarte trotz negativer Schufa? - Die Insidecard macht's möglich](#)

[paybond.de - volldigitales Factoring für Immobilienmakler](#)

[Gebrauchte Drucker, Kopierer und Multifunktionssysteme - erstklassige Technik auch bei kleinem Budget](#)

[Endlich mit Spaß und Freude an die Arbeit gehen](#)

[Bei Kensingfield: Webseite ab 79 Euro](#)

[Zusätzliche Einnahmen durch Vermietung freier Firmenparkplätze](#)

[Swamoo im Kampf der Giganten: Neue Plattform platziert sich neben eBay Kleinanzeigen und wer liefert was](#)

[Jamendo verhalf unabhängigen Künstlern 2016 zu Einnahmen von 1 Million US-Dollar](#)

[Kontist launcht mobiles Konto mit integriertem Finanz-Manager - Aus Kampf eines Gründers mit Banken entsteht Smart Banking für Selbstständige](#)

[Internet-Marketing - Anfänger sehen oft den Wald vor lauter Bäumen nicht](#)

[Gratis Inserate by Ropo](#)

[Digitale Revolution für die regionale Werbung](#)

[Werbung, die vor Ort auch gesehen wird!](#)

[6 grundlegende Schritte für den Vertriebs-Erfolg eines digitalen Produkts](#)

[CASHLINK startet durch - ab sofort kann jeder kostenlos Geld per Link empfangen und senden](#)

[Blogger sind die neuen Stars im Marketing als Micro-Influencer](#)

[Ein SOS-Ordner als Notfallkonzept](#)

[MasterCredit - Klasse, dass es so etwas gibt](#)

[Freelancer warten auf Aufträge bei my-werbung.de](#)

[Ultimo: "Viele Selbständige bewegen sich am Rande der Selbstausbeutung"](#)

[Bankgeschäfte mit dem PC](#)

[Kostenlose Fotos zur freien Verfügung auf kostenlose-fotos.eu](#)

[Neue Konsumenten-Plattform verhilft zu besseren Lebenskosten in der Schweiz: Verhandeln statt vergleichen auf Kampagna.ch](#)

[Space Content - der Marktplatz für Online-Werbung feiert seinen 1. Geburtstag](#)

[Schweiz: Advertronauts - Flyer ab 39.95 Franken](#)

[Mighty Buyer Shop für Dropshipper](#)

[Unabhängige Podcaster können mit Werbung Geld verdienen](#)

[Mightystore24.de](#)

[Fintech für Firmen: Online-Einkaufsfinanzierung mit Finetrading](#)

[Inkasso: Die Elbe Finanzgruppe unterstützt Unternehmer dabei, wieder ruhig schlafen zu können](#)

[Zauberwort "Effizienz" - so arbeiten Freelancer erfolgreicher](#)

[XMLGold führt anonyme Prepaid-Kreditkarten ein](#)

[Adblocker obsolet machen - Neue Plattform verspricht: weniger Werbung, dafür mehr Umsatz](#)

[Mobiler Online-Marktplatz: ReachHero startet erste App für Influencer-Marketing](#)

[Ausgefallene Ideen für Werbung: Nicht immer legal](#)

[Instagram als interessantes Geschäftsmodell](#)

[Fintech Rechnung48 ermöglicht auch Freiberuflern und Selbstständigen die Finanzierung über Factoring](#)

[Exchange4free startet "Money Messenger": Chatten. Schicken. Sparen.](#)

[Fünf Strategien für erfolgreiches Influencer Marketing. Messbare Ziele als Basis für den Erfolg](#)

[Automatisches Planen und Teilen von Blogbeiträgen auf Social Media](#)

[Fundflow und Wirecard Bank launchen Online-Factoring-Plattform für KMUs](#)

[Hollywood empfiehlt - StarClub Inc. revolutioniert den Mobil- und Online-Werbemarkt mit Instant Content Monetization](#)

[Web2Fax - Faxen ohne Papier](#)

[ClickDirectPay - Ideal für Adult Website Betreiber](#)

[toplink-xpress.de: Internet-Telefonanschluss für Kleinbetriebe schützt vor Gebührenmissbrauch](#)

[Elevator Up! - Der Pitch Podcast für junge Unternehmer und Start-Ups](#)

[Startup-Inkubator STARTPLATZ wird zur Innovationsplattform für Startups und Unternehmen](#)

[Experten sehen neue Chancen für Gründer durch flexible Raumnutzung](#)

[Zwei Münchner Startups revolutionieren den Verkaufsprozess im Internet](#)

[Self-Publisher können über CALVENDO jetzt auch Foto-Leinwände und Puzzles veröffentlichen und vermarkten](#)

[Home Office - was Selbstständige wissen müssen. Alles über die günstige Alternative zum Büro-Arbeitsplatz](#)

[Risiko bei Zahlungsunfähigkeit des Kunden!](#)

[secupay-Ratgeber: 7 Tipps für die richtige Wahl der Payment-Lösung für das Online-Business](#)

[Finanzierung des Mittelstandes. Die Alternative zum Bankkredit sind private Kapitalanleger](#)

[Sicherheit für Geschäftskonten: DVS Deutsche Verrechnungsstelle verhindert dauerhaft Überweisungsbetrug](#)

[Suchmaschinenoptimierung \(SEO\) - Vorgehen beim Online-Marketing](#)

[Fünf Publishing-Plattformen für Content-Management](#)

[So leicht kann Geld verdienen im Internet sein](#)

[Sparen leicht gemacht](#)

[geldfuermuell nimmt sich alter Handys und Digitalkameras an](#)

[Power- Promo.de: Neues Werbepartner-Netzwerk bietet Webmastern breite Programmvielfalt, aber auch klassische Werbeformen](#)

[Sophos bietet Endverbrauchern kostenlose IT-Sicherheit auf Unternehmensniveau](#)

[Treuhandkonten der FinTuna bieten erstklassigen Zahlungsschutz](#)

[Neu: Bestimmen Sie den Preis für Ihre Werbung einfach selbst](#)

[Juristische Online-Revolution: Wonder.Legal kommt nach Deutschland](#)

[Jobs aus dem Netz mit Crowdfunding](#)

[Erfolgsfaktor Kundenbindung - Mit 3 Tipps langfristiges Vertrauen schaffen](#)

[Es geht günstig: Günstige Zuverlässigkeit: Gebrauchte Business Hardware für normale User](#)

[Forderungsaufkauf-Inkasso](#)

[Zahlungsmuffel adé: Was tun, wenn der Kunde nicht zahlt?](#)

[Online Kreditkarten Zahlungen akzeptieren.](#)

[Affilex eröffnet mit AffiliateManager24.de neues Angebot für Onlineshops](#)

[Werbemittel: Kryptonizer](#)

[Insolvenz-Portal Insolvenz1.com hilft Gläubigern](#)

Zur freundlichen Beachtung

Alle Angaben wurden mit Sorgfalt ermittelt und überprüft. Sie unterliegen jedoch Veränderungen. Deshalb kann für die Richtigkeit oder Funktionalität keine Gewähr gegeben noch die juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung übernommen werden. Gesundheitsfragen sollten immer individuell beantwortet werden, deshalb empfiehlt es sich, auch unter Berücksichtigung möglicher Nebenwirkungen, insbesondere vor einer Selbstmedikation immer einen Arzt zu befragen.

Es wird keine Verantwortung für die Inhalte der genannten Internetseiten sowie deren Verknüpfungen und Verweise zu anderen Internetseiten übernommen. Die Nennung der in diesem Buch aufgeführten Internetseiten und Informationen erfolgt unter ausdrücklicher Missbilligung aller damit eventuell verbundenen Rechtsverletzungen.

Alle hier aufgeführten Informationen und Adressen sind öffentlich zugänglich. Deshalb distanzieren sich Herausgeber, Verlag und Autoren von allen Äußerungen, die im Sinne von §111 StGB verstanden werden könnten, dies ist weder beabsichtigt noch gewollt.

Die Warenzeichen, Produktnamen und Firmennamen bzw. -logos der beschriebenen Programme, Unternehmen oder Produkte sind das Alleineigentum der jeweiligen Inhaber und werden von uns nur zu Informationszwecken genannt.

Vervielfältigungen jeder Art, insbesondere Fotokopien, sind verboten.

Arbeiten Sie auch im Ausland nur mit dort zugelassenen und praktizierenden Fachkräften mit entsprechenden Referenzen. Investieren Sie lieber etwas mehr Geld in eine ordentliche Beratung.

Alle Texte in dieser Publikation dienen nur der Information. Sie sollten nicht als Handlungsempfehlung verstanden werden. Nur fachlich qualifizierte Kräfte können Ihre Situation bzw. Ihre Bedürfnisse korrekt einschätzen bzw. beurteilen und geeignete Empfehlungen aussprechen.

Impressum

Texte: © Copyright by Pascal Dupont Mercier

Verlag: Modern Publishing

Druck: epubli - ein Service der neopubli GmbH, Berlin

Wireless ins Kundenherz: WLAN-Marketing als neues Tool für die Absatzwirtschaft

- Geschäfteinhaber erkennen öffentliche Hotspots für Mobile Advertising
- Schwelle zur Kaufhandlung bei WLAN-Marketing niedriger als bei konventionellen
- Online-Marketingmaßnahmen Synergien durch Kombination und Verstärkung bestehender Werbeinstrumente

Ob Social Media, Bannerwerbung oder E-Mail-Marketing: Das Internet bietet Werbetreibenden nicht nur als Medium immer mehr Marketingmöglichkeiten. Im Falle des WLAN erkennt die Werbewirtschaft zunehmend die technischen Voraussetzungen selbst als Werbemedium – und damit als Schlüssel zum Kunden. „Geschäftseinhaber bieten immer häufiger einen öffentlichen Hotspot an, weil allein das Angebot eines kostenlosen WLAN eine positive Außenwirkung hat. WLAN-Marketing geht einen Schritt weiter, indem es sich bereits auf der Login-Seite präsentiert und Nutzer nach dem Login etwa direkt auf einen digitalen Flyer oder eine Webseite weiterleitet“, erklärt Maximilian Pohl, Geschäftsführer und Gründer von MeinHotspot.

Geschickt eingesetzt, lassen sich durch WLAN-Marketing bestehende Marketingaktivitäten verstärken und bei den Kunden in Handlungen umwandeln. So können beispielsweise Leistungen, Produkte oder Aktionen ohne zusätzliches Budget beworben werden, da Werbetreibende die Ausspielplattform über den Hotspot selbst bereitstellen. WLAN-Marketing gibt laut Pohl dem Gießkannenprinzip in

der Marketingbranche eine neue Bedeutung. „Die Zielgruppe ist nur scheinbar wahllos. Das Credo beim WLAN-Marketing lautet: Alle Menschen sind deine Zielgruppe, die sich in der Nähe befinden.“

Nutzerfreundlich und kostengünstig

Seitdem das Smartphone zum täglichen Begleiter aller Lebenslagen avanciert ist, lautet Mobile Advertising das Stichwort. Gerade kleineren Unternehmen oder Gewerbetreibenden fehlen allerdings entweder die Expertise oder das Budget, um zielgerichtetes Mobile Advertising selbst durchzuführen. WLAN-Marketing löst beide Herausforderungen. „Die individuelle Einrichtung einer Login-Seite und die Gestaltung der WLAN-Landingpage kosten nur wenig Zeit beziehungsweise ergeben sich Synergien durch bestehende Ressourcen“, sagt er.

Statt auf eine Marketing-Seite können Unternehmen im Zuge des WLAN-Marketings auf ihre Homepage weiterleiten, um den Traffic zu erhöhen, aber auch neue Facebook-Fans oder Newsletter-Abonnenten generieren oder sich gezielt Feedback von Kunden einholen. Gerade bei Letzterem gilt: „Zufriedene Kunden äußern sich eher selten, aber Unzufriedene beschwerten sich meist sehr schnell und in aller Ausführlichkeit“, so Pohl. Deshalb gibt es bei WLAN-Hotspots eine Feedback Option, die Kunden dazu auffordert, noch vor Ort ihre Meinung abzugeben, die zunächst nur für den Hotspot-Anbieter einsehbar ist. Auf diese Weise bewerten auch glückliche Kunden häufiger und unzufriedene können ihr Feedback direkt an den Anbieter der öffentlichen WLAN-Verbindung loswerden – statt später öffentlich in den sozialen Netzwerken.

MeinHotspot GmbH

Ansprechpartner: Maximilian Pohl

Urbanstraße 116

D-10967 Berlin

tel: +49 (030) 69 20 52 800

e-mail:

internet: www.meinhotspot.com

5 Tipps, um die E-Mail-Öffnungsrate zu verbessern

E-Mail-Marketing gilt weiterhin als eine der effektivsten Marketing-Methoden. Die eigenen Kunden per Mailing über neue Produkte oder besondere Angebote zu informieren, kann für ein Umsatzplus sorgen. Doch viele E-Mails werden gar nicht erst geöffnet. 5 Tipps, wie die Öffnungsrate der E-Mails verbessert wird.

1. Tipp: Die Betreffzeile verbessern

Die Betreffzeile ist das erste, was der E-Mail-Empfänger liest. Deswegen sollte die Betreffzeile zum Klicken einladen und interessant sein.

Auf dem Desktop-PC werden im Schnitt 60 Zeichen der Betreffzeile angezeigt, auf dem Smartphone jedoch meist nur knapp 30 Zeichen. Deshalb Betreffzeilen kurz und knapp halten, damit der Empfänger auch wirklich weiß, worum es in der E-Mail geht.

Ebenso Wörter vermeiden, die schnell nach Spam aussehen, damit die E-Mails nicht direkt gefiltert werden oder der Empfänger sie als billige Werbung abstempelt.

Wörtern und Phrasen, wie

- Gratis
- Kostenlos
- Jetzt Zugreifen
- Rabatte
- Billig
- etc.

und die übermäßige Verwendung von Satzzeichen (!!!), sowie die VERWENDUNG VON GROßBUCHSTABEN, können die Spam-Filter auslösen und dafür sorgen, dass E-Mails nie geöffnet werden.

Egal, wie gut und interessant der Inhalt der E-Mail ist, wenn die Betreffzeile den Empfänger nicht zum Lesen einlädt, wird die E-Mail nicht gut performen.

Wenn die Software, mit der die E-Mails versendet werden, die Option bietet, sollte man unbedingt A/B-Tests nutzen. So kann man ausprobieren, auf welche Art der Betreffzeile die Kunden am besten reagieren:

Lustig oder ernst? Vage oder eindeutig? Emojis oder keine Emojis?

2. Tipp: Persönliche E-Mails wirken

Eine E-Mail wird viel eher geöffnet, wenn es so aussieht als wäre sie für den Empfänger persönlich bestimmt. Doch jedem einzelnen Kunden eine E-Mail zu schreiben klingt nach einem unfassbaren Arbeitsaufwand.

Zum Glück werden nicht nur Handys, Küchengeräte und Autos immer smarter, sondern auch die Software mit der E-Mails versendet werden. So gut wie jede E-Mail-Software bietet die Möglichkeit Mailings zu personalisieren.

Anstatt also eine unpersönliche E-Mail zu schreiben, kann man (insofern diese Daten gesammelt und in die E-Mail-Software eingefügt worden sind) die E-Mail-Empfänger persönlich adressieren.

Das könnte dann so aussehen:

Den Namen des Empfängers am Anfang der E-Mail zu nutzen und den Text so zu gestalten als würde man nur für eine Person schreiben, kann für eine deutliche Erhöhung der Öffnungsrate sorgen.

Der Kunde kriegt das Gefühl, dass die Mail nur für ihn geschrieben wurde und keine Massen-Mail ist, die an tausende Empfänger gesendet wurde.

Umso mehr Mailings personalisiert und auf den Kunden zugeschnitten sind, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass auch die nächste E-Mail geöffnet wird. Dazu mehr im vierten Tipp!

3. Tipp: Das richtige Timing

Jedem Shopbetreiber sollte klar sein, dass das Potential einer E-Mail nicht voll ausgeschöpft wird, wenn das Timing nicht stimmt.

So wird eine E-Mail, die irgendwann mitten in der Nacht im Postfach des Kunden landet, den Umsatz nicht so stark erhöhen, wie ein Mailing, das zur besten Zeit versendet wird.

Doch was ist die beste Zeit, um E-Mails zu versenden? Wie so oft ist die Antwort auf diese Frage: Kommt ganz drauf an.

In einer Studie von Hubspot, bei der über 20 Millionen E-Mails über eine Zeit von 10 Monaten analysiert wurden, stellte sich zwar folgendes heraus:

Mailings, die Dienstags verschickt wurden haben, im Vergleich zum Durchschnitt, eine 20% höhere Öffnungsrate und die meisten E-Mails werden unter der Woche zwischen 10 und 12 Uhr geöffnet.

Trotzdem sollte man auch hier testen, zu welchen Zeiten Kunden die E-Mail am wahrscheinlichsten öffnen.

4. Tipp: Segmentieren der E-Mail-Liste

Sind die weiblichen Kunden an den neuen Freizeit-Sakkos interessiert? Oder interessieren sich die männlichen Kunden für die neuen Sommerkleider? Sind die jüngeren Kunden an Wanderstöcken interessiert? Kauft ein Kunde im Seniorenalter ein neues Skateboard von der Trendmarke Supreme? Die Antwort auf diese Fragen: Eher nicht.

Dieselbe E-Mail an alle Empfänger zu senden spart zwar Zeit, kostet aber Umsatz.

Die E-Mail-Adressen der Kunden zu segmentieren, also in verschiedene Käufergruppen zu ordnen, bedeutet, dass stimmige Mailings versendet werden können.

5. Tipp: An Smartphone-Nutzer denken

Wenn E-Mails auf mobilen Geräten nicht gut aussehen oder schlecht lesbar sind, verschenkt man bares Geld.

Denn 74% der Smartphone-Nutzer nutzen ihr Handy um E-Mails abzurufen und ganze 51% aller E-Mails werden auf mobilen Geräten geöffnet.

Darauf achten, dass Mailings auch auf einem kleineren Bildschirm wirken. Dann darf man sich über eine höhere E-Mail-Öffnungsrate, Klicks zu Ihrem Online-Shop und, im besten Falle, mobile Käufe freuen!

Trusted Shops GmbH

Mustafa Ucar

Subbelrather Str. 15c 50823 Köln

0221/77536-7531

mustafa.ucar@trustedshops.de

trustedshops.de

Der Vidicube: Minimaler Aufwand. Maximale Aufmerksamkeit.

Der Vidicube wird keine Wünsche offen lassen und Promotion in geschlossenen Räumen ermöglichen. Mit einer Länge von 4,5 Metern, einer Breite von 2,5 Metern und einer Höhe von 4,9 Metern sind Einsätze beispielsweise in Shoppingcentern problemlos realisierbar. Einzige Voraussetzung: Zugang für einen Transporter mit Anhänger. Auch den Voraussetzungen für Messe-Einsätze ist der Vidicube gewachsen: Das bewies er zuletzt bei der Indoor-Messe "Garten Outdoor Ambiente" vom 20. bis 23. April 2017 in Stuttgart. Die intelligente Konstruktion ermöglicht eine einfache Logistik mit geringem Personalaufwand: Der Vidicube wird mithilfe eines Zugfahrzeugs zum Standort gefahren und direkt an der vorgesehenen Fläche abgestellt. Als Verkaufsstand für Getränke und Snacks machte das Tool eine gute Figur: Ein Wassertank mit 1.000 Litern Fassungsvermögen, zahlreiche Stromanschlüsse sowie Tresen und Sitzbank im Innern verwandelten den Vidicube innerhalb kürzester Zeit in eine funktionsfähige Küche. Über die im Dach integrierten Screens und Lautsprecher wurden Stände und Angebote der Garten-Messe beworben - unüberseh- und unüberhörbar für Besucher.

Die eingesetzte LED-Technik macht eine benutzerfreundliche Montage und Bedienung der Paneele möglich. Für die Installation eines 360°-Screens werden 60 handliche LED-Paneele auf dem Dach des Showraums angebracht. Ein Pixel Pitch von 6,6 Millimetern sorgt für hochauflösende Bilder, auch bereits bei geringem Betrachtungsabstand. Sind alle Wände im Einsatz, erstrahlen die Werbebotschaftern auf 25

Quadratmetern. Der Vorteil: Jede Screenfläche kann individuell bespielt werden. Je nach Bedarf lassen sich ebenso nur die Front oder beide Seitenflächen mit LED verkleiden.

Das digitale Dach des Vidicubes unterstützt den Markenauftritt auf wirkungsvolle Weise und ist ein aufmerksamkeitsstarker Eye-Catcher. Beginnend bei der Präsentation von Werbespots, Imagefilmen und Produktvideos bis hin zu interaktivem Content, der per Liveübertragung unmittelbar auf den Screens erscheint, sind der digitalen Präsentation keine Grenzen gesetzt. Unverzichtbar für erfolgreiche Promotion ist ebenfalls ein ansprechender Showraum:

Die innere und äußere Gestaltung des Vidicube wird dabei den Kundenwünschen angepasst und lässt sich je nach Einsatzzweck konfigurieren sowie erweitern. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig. Zum Beispiel wird aus dem Vidicube im Handumdrehen ein Fotostudio - mit unmittelbarer Übertragung der entstandenen Bilder auf die Videowände. Die Einbindung interaktiver Spiele in den Promotionstand ist ein weiteres Tool, mit dem das Publikum maximal einbezogen wird und durch das emotionale Markenerlebnisse geschaffen werden. Eine weitere, sehr beliebte Marketingmaßnahme ist aktuell der Einsatz von Pop-up-Stores an Trend-Locations. Die Mobilität des Vidicubes ermöglicht es, neue POS-Standorte zu erschließen und angesagte Orte mit Zielgruppenrelevanz zu testen. Die Zugänge in den Innenbereich des Promotiontools lassen sich je nach Bedarf frontal oder seitlich integrieren.

Geringer Personalaufwand, schneller Auf- und Abbau, stabile Konstruktion sowie einfacher Transport von Promotiontools gehören zu den wichtigsten Anforderungen an eine kosteneffiziente Roadshow. Der Vidicube erfüllt alle Voraussetzungen, die für schnell aufeinanderfolgende

Stationen notwendig sind - und sorgt durch die präsen- te LED-Verkleidung für hohe Kontaktzahlen. POS- Samplingaktionen lassen sich sowohl im Freien als auch beispielsweise in Markthallen einfach umsetzen. Die Fläche kann an der Frontseite so geschlossen werden, dass ein abgegrenzter Innenraum mit Barcharakter entsteht.

Es muss aber nicht immer eine Verkaufsfläche sein. Der Vidicube lässt sich ebenso als digitaler Infostand mit Counter und Lounge konfigurieren. Eine verglaste Front und blickdichte Wände machen aus dem Vidicube je nach Wunsch einen ansprechenden Präsentationswürfel. Die Fläche lässt sich offen und geschlossen nutzen.

Der Erfolg einer Promotion hängt stark von der Wahl der Standfläche ab. Ein Spezialgebiet von Screen Visions, das hochfrequentierte und beliebte Promotionflächen in ganz Deutschland anbietet. Für jede Zielgruppe kennt das Stuttgarter Unternehmen die passende Location - vom kleinen Bahnhofsvorplatz bis hin zu Fußgängerzonen und Parks. Das Berliner Einkaufszentrum "Mall of Berlin", der Kronprinzplatz in Stuttgart oder das Münchner "Flughafen MAC Forum" sind nur wenige Beispiele möglicher Promotionorte. Ein Auszug weiterer Flächen ist unter www.vidicube.com abrufbar. Sollte die passende Fläche nicht dabei sein, gehören Locationchecks und -beschaffung zur Beratungs- und Serviceleistung. Bei der Buchung des Vidicubes übernehmen Screen Visions und Spectra die gesamte Organisation und Abwicklung. Hierzu gehören beispielsweise das Einholen von Genehmigungen, die (Routen-)Planung und Durchführung der Einsätze. Die Vermietung ist Tages-, Wochen und Monatsweise möglich. Der Kunde wählt die gewünschte Konfiguration des Vidicubes und konzipiert gemeinsam mit Screen Visions und Spectra die Promotionmechanik.

Gemietet werden kann der Vidicube über Spectra und Screen Visions.

www.spectra-gmbh.de

www.vidicube.com

Spectra GmbH

Jonas Ockert

Lorenzstraße 11 76297 Stutensee

07244-20503020

bischoff@spectra-gmbh.de

<http://www.spectra-gmbh.de>

Risiko BYOD: Rechtliche Aspekte und Nutzen in Einklang bringen

BYOD ist bei Unternehmen wie Mitarbeitern beliebt. Doch die rechtlichen Anforderungen beim betrieblichen Einsatz privater Endgeräte werden oft als Hinderungsgrund für den Einsatz gesehen. Virtual Solution zeigt, auf welche Aspekte Unternehmen bei BOYD achten müssen.

Bring Your Own Device (BYOD) wird mittlerweile von vielen Unternehmen als flexible Art und Weise geschätzt, Mobilität der Mitarbeiter zu ermöglichen. Dabei werden private Endgeräte – Notebooks, Smartphones und Tablets – für berufliche Aufgaben eingesetzt, was sowohl für Arbeitnehmer wie auch für Arbeitgeber zahlreiche Vorteile hat. Aber gerade weil sich alle Beteiligten über den Nutzen des Konzepts meist weitgehend einig sind, werden rechtliche Fragen, die BYOD auch aufwirft, gerne übersehen.

In der Praxis kann die Missachtung der juristischen Aspekte von BYOD zu unangenehmen Folgen führen. Virtual Solution hat die wichtigsten Punkte, auf die Unternehmen und Mitarbeiter achten müssen, zusammengestellt.

Grundlegende rechtliche Anforderungen

1. Datenschutz

Das Unternehmen ist die für die Einhaltung des Datenschutzes der Unternehmensdaten verantwortliche Stelle, auch wenn die Daten auf privaten Geräten gespeichert oder verarbeitet werden. Das Unternehmen

muss in jedem Fall dafür sorgen, dass vor allem die personenbezogenen Daten auf dem Gerät des Beschäftigten so sicher sind, wie sie es auch auf der unternehmenseigenen IT-Infrastruktur wären.

Die Sicherheit der Daten wird in einem BYOD-Modell durch konsequente Verschlüsselung hergestellt und durch eine strikte Trennung beruflicher und privater Daten. Dies kann durch einen so genannten Container erreicht werden, der einen abgesicherten Bereich für berufliche Daten bereitstellt. Hier besteht die Möglichkeit, Unternehmensdaten – auch aus der Ferne – zu löschen.

2. Geheimnisschutz

Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb dürfen nicht in die Hände von Unbefugten gelangen. Da mobile Endgeräte in nicht geschützten Umgebungen betrieben werden, sind sie diesbezüglich besonders gefährdet. Verschlüsselung, Ende-zu-Ende-Verschlüsselung von E-Mails oder die Möglichkeit der Fernlöschung schaffen auch hier Sicherheit, die Unternehmen auch für BYOD-Geräte durchsetzen müssen.

3. Urheberrechtsschutz

Gemäß Urheberrechtsgesetz sind Unternehmen auch für die Verletzung des Urheberrechts durch Mitarbeiter verantwortlich. Das gilt natürlich auch für BYOD, wenn zum Beispiel ein Arbeitnehmer eine Software beruflich einsetzt, die er privat erworben hat und die nur für eine private Nutzung lizenziert ist. Unternehmer sind hier sogar persönlich haftbar.

4. Aufbewahrungspflichten

Die gesetzlichen Aufbewahrungspflichten müssen auch bei BYOD eingehalten werden. Die gesamte berufliche

Kommunikation muss daher über den beruflichen E-Mail-Account geführt werden. Unternehmen müssen verhindern, dass geschäftsrelevante Kommunikation an ihnen "vorbeiläuft".

Vereinbarungen

Unternehmen müssen im Rahmen eines BYOD-Modells darüber hinaus weitere Punkte regeln, die nur durch zusätzliche Vereinbarungen mit dem Beschäftigten beziehungsweise dem Betriebsrat abgedeckt werden können. Dies ist umso wichtiger, als es zum Thema BYOD weder spezifische gesetzliche Regelungen noch eine gesicherte Rechtsprechung gibt.

1. Datensicherheit

Zur Einhaltung der Anforderungen an die Datensicherheit müssen sich Mitarbeiter verpflichten, immer ein aktuelles Betriebssystem und aktuellen Virenschutz einzusetzen; sie dürfen Geräte auch nicht "jailbreaken" oder "rooten" oder an Dritte weitergeben. Außerdem müssen Regelungen für eine Beendigung der Teilnahme am BYOD-Modell und auch für eine Beendigung des Arbeitsverhältnisses getroffen werden.

2. Mitteilungspflicht

Mitarbeiter müssen ihre Unternehmen zeitnah informieren, wenn beispielsweise ein BYOD-Gerät verloren oder gestohlen wurde, damit eine Fernlöschung vorgenommen werden kann. Außerdem muss sichergestellt sein, dass etwaige Informationspflichten des Unternehmens nach dem BDSG erfüllt werden können, wenn Daten unrechtmäßig übermittelt worden sein sollten oder einem Dritten unrechtmäßig zur Kenntnis gelangt sein könnten.

3. Haftung

Unternehmen und Mitarbeiter müssen die Haftung bei Verlust oder Beschädigung des Gerätes während der beruflichen Tätigkeit regeln.

4. Steuerrechtliche Fragen

BYOD-Geräte unterliegen natürlich auch dem Steuerrecht; hier ist vor allem die Abgrenzung betrieblicher und privater Kosten zu beachten. Übernimmt das Unternehmen Kosten, so muss hier ein geldwerter Vorteil versteuert werden.

5. Arbeitsrechtliche Fragen

Wie bei mobilen Geräten die Arbeitnehmer vom Unternehmen zur Verfügung gestellt bekommen würde, stellen sich auch bei BYOD arbeitsrechtliche Fragen, die teilweise gerichtlich noch nicht abschließend geklärt sind; beispielsweise hinsichtlich Arbeitszeiten oder ständiger Erreichbarkeit.

6. Betriebsrat

Wenn im Unternehmen ein Betriebs- oder Personalrat besteht, so muss dieser schon in der BYOD-Planungsphase einbezogen und informiert werden.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, müssen Unternehmen ein fachlich und juristisch "sauberes" BYOD-Modell implementieren, das auch die entsprechenden Vereinbarungen mit den Mitarbeitern umfasst und eine technische Lösung implementieren, die es einfach macht, die rechtlichen Aspekte zu beachten. Herkömmliche Enterprise Mobility Lösungen wie Mobile Device Management reichen dafür nicht aus. Mit einer Sicherheitsorientierten Anwendungssoftware wie SecurePIM lassen sich

die rechtlichen Anforderungen abdecken. Private von den beruflichen Daten werden dabei durch verschlüsselte Container strikt getrennt.

"Wenn Mitarbeiter oder Dienstleister flexibel von unterwegs mit dem Gerät ihrer Wahl auf wichtige Firmeninformationen zugreifen möchten, ist BYOD die richtige Lösung", erklärt Günter Junk, CEO der Virtual Solution AG in München. "Wenn viele Unternehmen jedoch aus rechtlichen Gründen vor BYOD zurückschrecken, so ist das unbegründet. Was sie benötigen, ist ein BYOD-Modell, das alle rechtlichen Fragen klärt und die notwendigen technischen und organisatorischen Bedingungen schafft."

Virtual Solution AG

Regina Hoffmann

Blutenburgstraße 18

80636 München

Tel.: 089/309057-125

5 Fehler, die Sie bei den Social Networks vermeiden sollten

Die Online-Welt wird immer sozialer. Menschen und Unternehmen treten mit wenigen Mausklicks in Kontakt zueinander. Sie können es sich nicht erlauben, das Thema Social Media Marketing zu vermeiden, und warum sollten Sie das auch tun? Social Media Websites sind eine der kostengünstigsten Möglichkeiten, um mit Ihren bestehenden Kunden in Kontakt zu treten und neue zu gewinnen. Aber es reicht nicht, dass Sie sich einfach nur auf Twitter, Facebook und der neuesten Social-Media-Sensation, Pinterest , anmelden, damit Ihre Firma davon profitiert.

Social Media dreht sich um den Aufbau von Beziehungen. Wenn Sie Ihre Kunden begeistern und sie dazu bewegen wollen, den "Gefällt mir" Button zu drücken, dann beachten Sie fünf Social Media Marketing Fehler, die Sie nicht machen sollten.

1 - Zuviel Werbung

Social Media ist eine rutschige Angelegenheit. Auf der einen Seite müssen Sie die Botschaft Ihres Unternehmens oder Ihrer Produkte darstellen, jedoch können Sie mit einer Flut an Werbebotschaften Ihre Freunde und Fans vergraulen. Denken Sie darüber nach, welche anderen Informationen oder Nachrichten für Ihre Zielgruppe von Interesse sein könnten, und posten Sie Links zusammen mit hilfreichen Tipps, wie diese das Leben verbessern können. Lassen Sie nicht jeden Tweet und jedes Facebook Posting wie eine Pressemitteilung für Ihr Unternehmen klingen. Nutzen Sie Social Media als Werkzeug, um etwas von Wert zu bieten.

2 - Nicht Zuhören oder Antworten

Vier von zehn Online-Unternehmen reagieren nicht auf Kommentare auf Social Media Websites. Das ist schlecht fürs Geschäft. Wenn ein negativer Kommentar ohne Antwort bleibt, malt dies ein schlechtes Bild vom Unternehmen. Reaktionen auf Kommentare baut Glaubwürdigkeit auf und zeigt den Menschen, dass Sie sich kümmern, und dies bringt viel für den Aufbau Ihrer Marke. Wenn Menschen positive Kommentare schreiben, müssen Sie sich nicht unbedingt die Zeit nehmen, auf alle zu reagieren, aber Sie sollten aus Höflichkeit diese Kommentare " liken " ("Gefällt mir" klicken)

3 - Aus Erfahrungen nicht lernen

Social Media ist ein großartiges Recherche-Tool und ein Weg, um herauszufinden, was Kunden wirklich wollen. Wenn Sie in die soziale Gemeinschaft eingebunden sind, können Sie die Leute fragen, was sie beim Kauf eines bestimmten Produktes oder einer Dienstleistung suchen. Diese Informationen werden Ihnen helfen, Ihre Angebote zu "optimieren" und diese damit besser auf die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe zuzuschneiden. Nutzen Sie Social Media, um "in die Köpfe" Ihrer Kunden zu schauen und Ihrem Geschäft eine Richtung zu geben.

4 - Den Social Media Teilen-Button zu wenig nutzen

Wenn Sie nützliche Inhalte auf Ihrem Blog veröffentlichen oder eine E-Mail versenden, sollte es so viele Augen wie möglich erreichen. Machen Sie es dem Leser einfach, Ihre Nachricht mit seinen Kontakten zu teilen, indem Sie "Teilen"-Buttons anbieten. Dies ist einer der einfachsten Wege, um Ihre Inhalt viral zu machen und die Besucher zurück zu Ihrem Blog oder Ihrer Website zu führen. Laut einem Bericht, der auf Bright Edge veröffentlicht wurde, erhöht ein Twitter Share-Button auf einer Website die Social-Media-Verbreitung um bis zu siebenmal. Die meisten Unternehmen nutzen diese einfache Art der Veröffentlichung. Warum nicht auch Sie?