ironshark
digital agency

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Abwarten oder proaktiv handeln?

UNTERNEHMEN IN DER CORONA KRISE

DER WEG DURCH DIE KRISE

Google Partner
Specialized in: Search ads Display ads Shopping ads
SPONSOR 2019 [SEAcamp]
channable
ADFERENCE
A BID MORE SCIENCE

ironshark
digital agency

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Unternehmen in der Corona Krise

Die Corona-Krise beschäftigt Unternehmen auf der ganzen Welt und stellt viele vor nie dagewesene Herausforderungen. Einen kühlen Kopf bewahren und strategisch, sinnvolle Entscheidungen zu treffen, erscheint so wichtig wie nie zuvor. Doch um dies tun zu können, müssen Sie sich als Unternehmen mit den derzeitigen Möglichkeiten und Gegebenheiten vertraut machen. Um Ihnen dies zu erleichtern, möchten wir einige wichtige Fragen beantworten. Dabei konzentrieren wir uns vorerst auf die Folgenden:

1. Was sollten Unternehmen aufgrund des Krisenzustandes tun?
2. Welche Unterstützung gibt es von Seiten der Bundesregierung?
3. Welche Maßnahmen sind sinnvoll, um Umsatzeinbußen entgegenzuwirken?

1. Was Unternehmen jetzt tun sollten

Corona birgt nicht nur Gefahren für die Gesundheit zahlreicher Menschen, für viele stellt die Krise schon jetzt ein existentielles Risiko dar. Die wirtschaftlichen Folgen von Corona sind mittlerweile in jedem Unternehmen zu spüren. Veranstaltungen und Messen wurden abgesagt, die Reisetätigkeit ist nahezu vollständig zum Erliegen gekommen und Schulen und Kindergärten wurden geschlossen. Die meisten Angestellten befinden sich schon jetzt im Homeoffice und jonglieren Job und Kinderbeaufsichtigung. Kurzum: Für Unternehmen ergeben sich völlig neue Herausforderung.

Neben der Befolgung von Hygienevorschriften ist es gerade jetzt enorm wichtig, Stabilität, Sicherheit und den wirtschaftlichen Erfolg der eigenen Organisation zu sichern. Nach zahlreichen Gesprächen mit anderen Unternehmern, Steuerberatern und Banken, sind einige Tipps zusammengetragen worden, die Unternehmen durch die Krise helfen sollen.

Im ersten Schritt ist es wichtig, die eigene **Liquidität zu sichern**. Dafür sollte die eigene Bank kontaktiert werden, um herauszufinden, ob die KK-Linie erhöht werden kann. In den von uns beobachteten Fällen stellte dies kein Problem dar. Viele von Ihnen werden sicherlich bereits mit Ihrem Bankberater in Verbindung stehen. Dieser Kontakt ist in Zeiten der Krise auch sehr wichtig.
Des Weiteren ist es sinnvoll mit dem Steuerberater zu sprechen und die Gewerbesteuer- sowie Körperschaftsteuer-Vorauszahlungen auf 0 zu setzen oder drastisch zu reduzieren. Somit können diese Ausgaben kurzfristig eingespart werden. Niemand weiß, wie lange die Krise andauern und wie stark sie das eigene Unternehmen tatsächlich beeinflussen wird. Darum gehen Sie lieber jetzt auf Nummer sicher und senken Sie die Vorauszahlungen. Auch hier stießen befreundete Unternehmer selten auf Schwierigkeiten.

Google Partner
Specialized in: Search ads Display ads Shopping ads
SPONSOR 2019 [SEAcamp]
channable
ADFERENCE A BID MORE SCIENCE

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Um weitere Kosten besser im Überblick zu haben, lohnt es sich auch bei Ihren Banken anzufragen, ob Kredit- oder Leasingraten gestreckt bzw. gestundet werden können. Dadurch können zusätzliche Entlastungen geschaffen werden. In unserem Falle erwiesen sich alle Banken als gesprächsbereit und wir gehen davon aus, dass dies in den meisten Fällen möglich sein wird.

Eine Krise ist auch immer eine Zeit des Umdenkens. So vielleicht auch in Ihrem Unternehmen! Prüfen Sie bestehende Verbindlichkeiten, Prozesse und Kosten und beschränken Sie alle Posten, die nicht für das Weiterbestehen des Unternehmens oder die Aufrechterhaltung der Arbeitsprozesse relevant sind.

Tatsächlich betrifft die Krise trotzdem nicht alle Unternehmen in gleichem Maße. Einige Unternehmen wollen bzw. müssen ihre Waren oder Dienstleistungen günstiger anbieten. Verfügen Sie selbst über ausreichend Mittel, lohnt es sich diese einzukaufen und solche Angebote anzunehmen.

Neben den Finanzen spielt auch der Umgang mit dem eigenen **Personal** eine zentrale Rolle im Rahmen der Krise. Nicht in allen Branchen ist Homeoffice möglich, weswegen es umso wichtiger ist, die bestehenden Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen so gut wie möglich voneinander zu trennen. Durch die Aufteilung in kleine Teams, die zeitlich oder räumlich separiert werden, kann die Ansteckungsgefahr gesenkt werden.

Ist Ihr Unternehmen sehr stark von der Krise betroffen bzw. ist dies abzusehen, sollten Sie so schnell wie möglich Kurzarbeit beantragen. Natürlich stellt dies eine starke Umstellung auf beiden Seiten dar, kann aber im Zweifel das Fortbestehen des Unternehmens sichern.

Motivieren Sie Ihre Angestellten außerdem dazu, kreativ und eigenverantwortlich Lösungen und Ideen zu entwickeln! Da alle Messen und Events abgesagt wurden, fehlen vielen Unternehmen die Kontaktpunkte zu Kunden und Stakeholdern. Deswegen sind **Online-Strategien** umso wichtiger, um das eigene Angebot trotzdem anbieten zu können. Online-Messen, Newsletter oder Video-Inhalte sind hervorragende Formate, um Produkte vorzustellen und eröffnen völlig neue Distributionswege. Versetzen Sie sich hierfür in die Lage Ihres Kunden: Welche Probleme hat dieser und wie können Sie dieses lösen? Benötigen Kunden noch genau das gleiche Produkt wie vor der Krise oder sollten Sie Ihr Angebot anpassen? Lohnt es sich längere Zahlungsziele zu vereinbaren, wenn dies den Kunden helfen würde? Mit solchen Ideen helfen Sie nicht nur Ihren Kunden, Sie sichern auch Ihr eigenes Geschäft effektiv ab.

In der Krise ist relativ deutlich nachzuvollziehen, dass Unternehmen mit einer guten digitalen Strategie profitieren werden. Jeder möchte seine Produkte und Angebote weiterhin verkaufen und an den steigenden Zahlen von Onlinebestellungen ist ersichtlich, über welchen Kanal dies erfolgen wird. Entwickeln Sie daher schon jetzt Lösungsansätze für den digitalen Markt, um weiterhin Geschäfte machen zu können.

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Im Zuge dessen sollten Sie versuchen digitale Wege zu erschließen, um mit Ihren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, aber auch Kunden in Kontakt zu treten, insbesondere über Videokonferenzen. Transparenz und offene Kommunikation ist in Zeiten der Krise enorm wichtig. Kunden sollten wissen, auf was Sie bei Ihrem Angebot achten müssen und wie beispielsweise Lieferketten und Abläufe funktionieren.

Zahlreiche Anbieter von Onlinediensten vergeben derzeit bereits verlängerte Probezeiten oder gar komplett kostenlose Angebote. So bietet Google allen G Suite und G Suite Education Abonnenten bis Juli kostenlose Hangout Meetings an, bei denen bis zu 250 Personen teilnehmen können. Auch Live-Streams sind für bis zu 100.000 Zuschauer und Zuschauerinnen möglich. Zusätzlich können die Meetings aufgenommen und in Google Drive gespeichert werden.
Auch Cisco, der Anbieter des Videokonferenz Tools WebEx, bietet einen auf 90-Tage verlängerten Testzugang in Zeiten der Krise an.
Nutzen Sie Microsoft, haben Sie vermutlich auch bereits mitbekommen, dass diese die Premium-Version von Microsoft Teams (eine Plattform für Chat, Besprechungen, Notizen und Dateianhängen) für sechs Monate kostenfrei zur Verfügung stellen.

Auch wenn die Umstellung von persönlichen Meetings zu Videokonferenzen erst einmal groß erscheint, so gewöhnt man sich doch recht schnell daran. Wichtig ist vor allem, dass mit dem Tool tatsächlich alle Funktionen ausgeführt werden können, die Sie für die Kommunikation mit Angestellten und Kunden benötigen.
Wir bei IronShark nutzen übrigens Slack für die tägliche Kommunikation und Zoom für größere Meetings.

Was sollten Unternehmen jetzt tun bzw. bereits getan haben?

1. Liquidität & Kapital

- KK-Linie erhöhen & Stundung von Kredit- oder Leasing-Raten
- Gewerbesteuer- und Kst. Vorauszahlungen auf 0 setzen oder reduzieren
- Wachstum oder Optimierung —> Kosten und Prozesse durchgehen und reduzieren
- Kaufen und günstige Einkaufspreise nutzen

2. Personal

- Sicherheitsvorkehrungen treffen & Kommunikationskanäle einrichten
- Kurzarbeit beantragen

3. Strategie & Marketing

- Alternative Produkte und Ideen entwickeln
- Online-Kanäle und Tools etablieren
- Online-Messen recherchieren, die anstatt abgesagter Veranstaltungen genutzt werden können
- Probleme der Kunden antizipieren und proaktiv Lösungen anbieten

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

2. Unterstützung der Regierung: Corona Rettungsschild

Viele Unternehmen stellen sich derzeit die Frage, welche Maßnahmen die Regierung ergreift, um Unternehmen sinnvoll zu unterstützen und wie diese aussehen. Bekanntermaßen hat diese bereits am 13.03. ein erstes Rettungspaket für Firmen – den sogenannte Corona Schutzschirm – verabschiedet. Dies stellt einen wichtigen Schritt in Zeiten der Krise dar, um die Unternehmen zu unterstützen und gegebenenfalls eine schlimmere Wirtschaftskrise abzumildern oder zu verhindern. Der Schutzschirm selbst wurde seitdem geupdatet, angepasst und aufgrund bestehender Situationen verbessert.
Wir möchten Ihnen an dieser Stelle die wichtigsten Aspekte des Rettungsschirms sowie weitere Maßnahmen der Regierung näher bringen und dabei folgende Fragen klären:

- Welche Maßnahmen sind im Rettungspaket enthalten?
- Wer bezahlt, wenn Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aufgrund von Kinderbetreuung nicht arbeiten können?
- Wie steht es um das Thema “Insolvenz” von Unternehmen?

Derzeit ist bereits absehbar, dass, sollte die Krise länger anhalten, viele Unternehmen (oder noch mehr Unternehmen als jetzt schon) wirtschaftlich in Bedrängnis geraten werden. Deswegen hat Finanzminister Olaf Scholz sehr deutlich gemacht, dass er die Unternehmen und die Beschäftigten stark unterstützen möchte: Kein gesundes Unternehmen sollte wegen Corona in die Insolvenz und kein Arbeitsplatz darf verloren gehen, sagte Scholz und verweist auf das umfassende Schutzschild für Beschäftigte und Unternehmen. Er sagte außerdem, dass Deutschland die finanzielle Kraft habe, diese Krise zu bewältigen. Es sei genug Geld da, welches nun eingesetzt werden soll. Es werden “notwendige Maßnahmen” ergriffen, um Beschäftigte und Unternehmen zu schützen, darauf könne sich jeder einzelne verlassen.

Nun, das klingt natürlich großartig, doch welche Maßnahmen sind nun wirklich aktuell beschlossen und wie wirken sich diese auf die Unternehmen aus?

Was bietet die Regierung für Unterstützungen?

- Richtlinien-Erweiterung für Kurzarbeit
- steuerliche Liquiditätshilfen
- Maßnahmen über die KfW-Förderbank
- Regelungen zur Kinderbetreuung
- Maßnahmen für Kleinstunternehmer und Selbstständige
- Aussetzung der Insolvenzantragsfrist

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Kurzarbeit

Das erste Thema ist die Kurzarbeit, denn hier wurden einige Richtlinien erweitert und neue Möglichkeiten geschaffen: So können Unternehmen Kurzarbeit schon dann beantragen, wenn lediglich 10% der Beschäftigten durch Arbeitsausfall nicht ausreichend ausgelastet sind und somit nicht die ganze Zeit arbeiten können. Außerdem erfolgt sowohl die Erstattung des Lohnes als auch der Sozialabgaben in voller Höhe. Mit diesen Maßnahmen kann die Liquidität in Unternehmen gesichert und damit die Überlebensfähigkeit verlängert werden.

Steuerliche Liquiditätshilfen

Die zweiten Unterstützungsmaßnahme betreffen steuerliche Liquiditätshilfen für Unternehmen. Konkret bedeutet es, dass Steuervorauszahlung sehr einfach reduziert werden können, was Unternehmen betrifft, sobald Gewerbe- und Körperschaftsteuer fällig sind. Beim jeweils zuständigen Finanzamt oder dem zuständigen Gewerbeamt können diese nun relativ einfach herabgesetzt werden. Zusätzlich soll es einfacher sein, Steuerzahlungen zu stunden, um auch hier einen größeren Liquiditätspuffer zu erreichen.

Außerdem verzichtet die Bundesregierung auf Säumniszuschläge und Kontopfändungen von Unternehmen, die aufgrund von der Corona Krise in Schieflage geraten sind. Diese Vorkehrung gilt erst einmal bis zum 31.12.2020.

KfW-Förderbank

Da die bisher genannten Maßnahmen im Zweifel nur eine kleine Hilfe für betroffene Unternehmen darstellen, hat die Bundesregierung noch weitere Maßnahmen verabschiedet. Dazu zählt unter anderem die einfache Liquiditätsbeschaffung für Unternehmen über die KfW-Förderbank. Die Bundesregierung nennt diese Maßnahme “den Milliarden Schutzschild für Unternehmen”.

Doch wie sieht diese Hilfe ganz konkret aus? Die Bundesregierung sagt dazu, dass sie mit dieser Maßnahme Unternehmen helfen möchte, die aufgrund von Umsatzrückgängen in Liquiditätsengpässe kommen. Diese sollen mit fast unbegrenzter Liquidität ausstatten werden. Konkret funktioniert das über die bereits jetzt vorhandenen Förderbanken der Länder, sprich in erster Linie der KfW Banken.

Diese KfW Banken vergeben an Unternehmen Kredite (das war auch schon vor der Krise möglich), nur soll es jetzt noch einfacher werden. Was in diesem Falle “einfacher” bedeutet, ist leider noch nicht sicher. Sicher ist aber bereits, dass die Bürgschaftsbanken der Hausbank eine Bürgschaft über 80% des Kreditvolumens geben.

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Weitere Maßnahmen

Neben diesen Maßnahmen sind auch noch weitere Vorkehrungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft geplant. Dazu zählt beispielsweise, dass bereits erhaltene Fördergelder nicht zurückgezahlt werden müssen und zusätzliche Mittel für Kunst und Medien freigesetzt werden. Konkrete Beschlüsse folgen hier sicherlich in der nächsten Zeit.
Auch Kleinstunternehmer und Selbständige sollen unkompliziert eine Art Überbrückungsgeld beantragen können, das jedoch von einigen Voraussetzungen und Gegebenheiten abhängt. Genauere Informationen gibt es dazu in den Eckpunkten des Schutzschildes.

Kinderbetreuung

Vor allem durch die Schließung von Schulen und Kindergärten entstehen zahlreiche, neue Fragen. Wer kümmert sich um die Betreuung der Kinder, wenn die Eltern arbeiten müssen? Derzeit ist es generell so geregelt, dass Eltern in der schwierigen Pflicht sind, "mit allen zumutbaren Anstrengungen" eine alternative Kinderbetreuung zu organisieren, so das Bundesministerium für Arbeit und Soziales.
Von der Betreuung durch Großeltern ist aufgrund der Risikofaktoren abzusehen, sie gelten in diesem Falle auch nicht als mögliche Betreuungspersonen, die anzufragen sind. Wenn keine alternative Betreuung organisiert werden kann, besteht die Möglichkeit, dass sich beide Eltern in die Kinderbetreuung hinein teilen. Ist auch dies nicht möglich, gibt es noch den Schritt des Leistungsverweigerungsrechtes, welches der Arbeitnehmer bzw. die Arbeitnehmerin geltend machen kann. Allerdings ist zu beachten, dass in diesem Falle nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen die Lohnfortzahlung bestehen bleibt.

Sollte ein Kind tatsächlich – natürlich hoffen wir das nicht – an Corona erkranken, so würde die Familie unter Quarantäne gestellt werden. In diesem Fall muss der Arbeitgeber/ die Arbeitgeberin den Lohn weiterzahlen. Dieser kann aber später vom Gesundheitsamt wieder zurückgefordert werden.

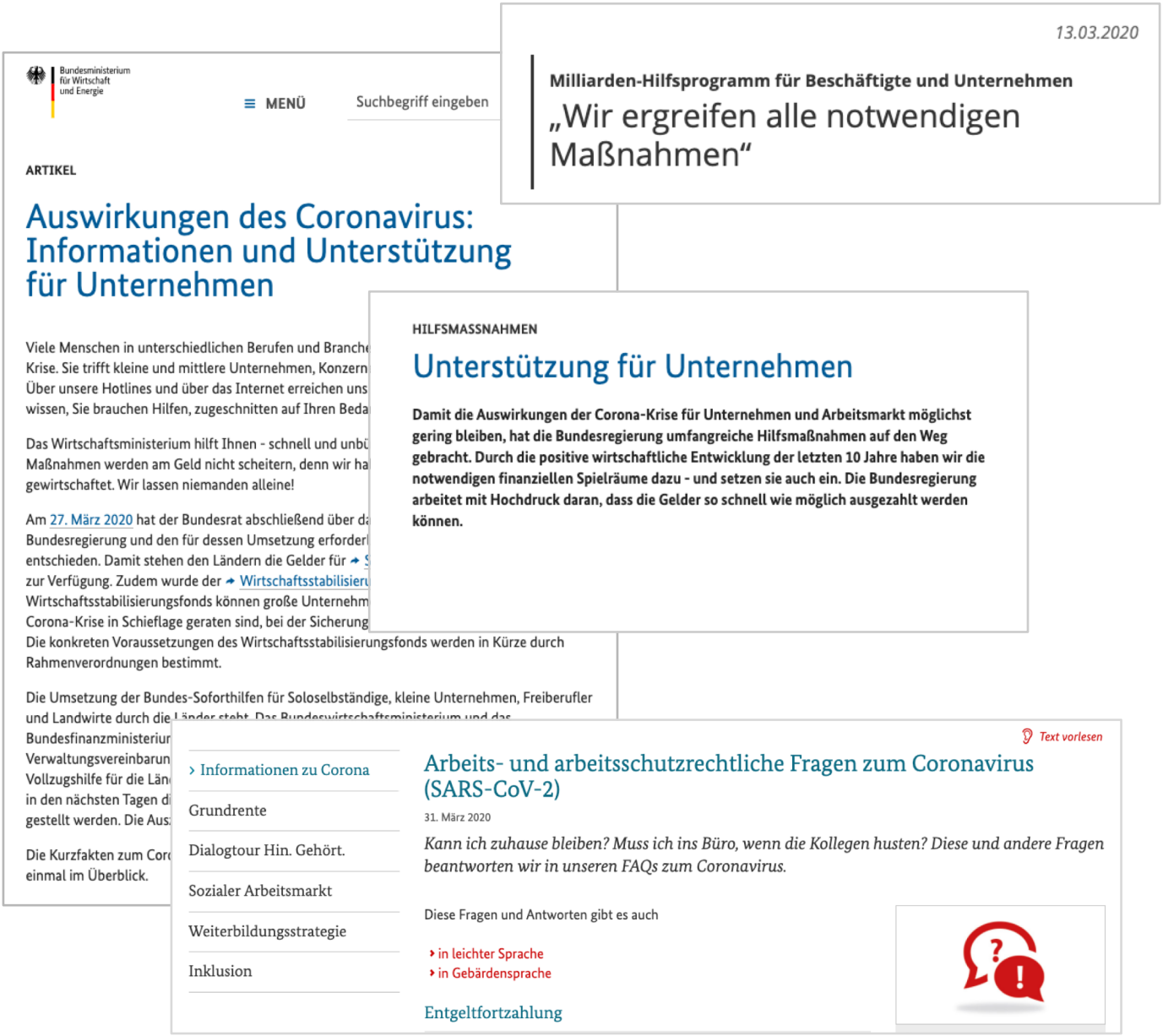
Insolvenz

Die drohende Welle von Insolvenzen ist eine der größten Gefahren für die deutsche Wirtschaft, da sind sich viele Experten einig. Aufgrund dessen hat die Bundesregierung die Insolvenzantragsfrist bis zum 30.09.2020 ausgesetzt. Dies verhindert, dass Unternehmen Insolvenz anmelden müssen, weil Hilfen der Bundesregierung nicht schnell genug greifen. Bisher war es so, dass Unternehmen, die entweder zahlungsunfähig oder überschuldet waren innerhalb von drei Wochen einen Insolvenzantrag stellen mussten.
Das macht natürlich in normalen Zeiten absolut Sinn, um andere Wirtschaftsteilnehmer vor sogenannten Zombie-Unternehmen zu schützen, die Ihre Zahlungsverpflichtungen nicht halten können. In der aktuellen Phase befinden sich allerdings Unternehmer möglicherweise in Situationen, in der eine Zahlungsunfähigkeit durchaus passieren kann – völlig unverschuldet. Deswegen wird die aktuelle Regelung viele Unternehmer erst einmal aufatmen lassen.
Ab wann ein Unternehmen als insolvent gilt, erfahren Sie in diesem Video.

ironshark
digital agency

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Die Folgen und Herausforderungen der Krise sind noch längst nicht in Gänze abzuschätzen. Daher sind wir uns sicher, dass es regelmäßige Neuerungen und Updates hinsichtlich der bisher getroffenen Aussagen und eingerichtet Maßnahmen geben wird. Aktuelle Meldungen und arbeitsrechtliche Fragen zum Coronavirus werden vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) regelmäßig geupdatet und für Sie zum Nachlesen zur Verfügung gestellt. Gleiches gilt für relevante Informationen für Unternehmen und Selbstständige. Beachten Sie die Neuerungen auf der entsprechenden Seiten und versuchen Sie Verantwortliche in den jeweiligen Bereichen zu erreichen, um Aussagen zu erhalten.



Google Partner
Specialized in: Search ads Display ads Shopping ads
SPONSOR 2019 [SEAcamp]
channable
ADFERENCE
A BID MORE SCIENCE

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

3. Mögliche Maßnahmen im Online Business

Als Unternehmer stehen Sie vor einer schwierigen Entscheidung: Sollten Sie abwarten, wo die Krise hinführt oder ist es ratsam jetzt zu handeln, um Lösungen in der digitalen Welt zu finden? Verständlicherweise wollen viele Unternehmen derzeit sparen und Ausgaben minimieren. Aufgrund der Umsatzrückgänge können sich viele Firmen außerdem keine großen Investitionen leisten oder möchten kein Risiko eingehen. Allerdings können in diesem Falle auch keine neuen Verkaufs-, Werbe- und Kommunikationskanäle erschlossen werden, die Umsatz generieren würden. Ein Teufelskreis, der nur mit Mühen durchbrochen werden kann.

Wir möchten Ihnen einige vielversprechende Maßnahmen aus dem Online Business vorstellen, die in Zeiten der Corona-Krise neue Verkaufsstrategien eröffnen und – sinnvoll umgesetzt – die Nachfragesituation entschärfen können.

Im Folgenden gehen wir natürlich davon aus, dass die Produkte bzw. das Angebot auch online verfügbar gemacht werden kann. Uns ist bewusst, dass beispielsweise dem Taxi-Unternehmen ein Online Business leider nicht durch die Krise helfen wird.

Digitale Strategien

Beginnen wir einmal ganz von vorne: Besonders stark von der Krise betroffen sind Unternehmen, die derzeit keine oder nur eine einfache Onlinepräsenz besitzen. Dadurch können Sie weder Bestandskunden optimal informieren, Produkte oder Dienstleistungen online anbieten oder gar Neukunden werben. In diesem Falle ist es ratsam, mit der Erstellung einer digitalen Strategie zu beginnen.

Digitale Strategien umfassen die Ermittlung der Customer Journey (Der Weg des Kunden bis zum Kauf eines Produktes), die Ausarbeitung technischer Anforderungen für den Webauftritt sowie die Recherche der geeignetsten Werbekanäle, Content- und Werbeformate. Sie entsprechen also quasi einer Bedarfsanalyse, bei der sich auch der Wettbewerb näher angeschaut und das eigene Leistungsportfolio hinsichtlich der Nutzbarkeit in digitalen Medien untersucht wird.

Auch wenn man in Zeiten von Corona gern den Aufwand so gering wie möglich halten möchte, ist eine digitale Strategie notwendig, um zielgerichtete Maßnahmen zu ergreifen. Denn dort wird auch festgehalten, was genau das Ziel der Webpräsenz ist und wie dieses erreicht werden kann. Ideal eignen sich dafür Workshops, bei der Verantwortliche relevante Informationen zusammentragen und Entscheidungen direkt festgehalten werden. Vermeiden Sie jedoch zu viele involvierte Personen, denn dadurch werden Entscheidungsprozesse leider unnötig verzögert.

Uns ist bewusst, dass es für die Verantwortlichen im Marketing bzw. des Vertriebs derzeit unwahrscheinlich schwer ist zu entscheiden, welche Strategie sinnvoll ist und welche Maßnahmen priorisiert werden sollten.

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Ein Ansatz der Ihnen diese Entscheidungen erleichtern könnte, ist der sogenannte ICE-Score von Sean Ellis, mit dem wir im Projektmanagement arbeiten. Er beurteilt Ideen, die Sie für das Marketing haben, anhand von drei Kriterien:

- **Impact**: Wie groß wird der Einfluss auf den Erfolg eingeschätzt, wenn die geplante Maßnahme umgesetzt wird?
- **Confidence**: Wie sicher ist es, dass die Umsetzung ein Erfolg wird? (auf Basis von Erfahrung oder vergangenen, ähnlichen Tests)
- **Ease**: Wie einfach ist es, die Idee umzusetzen? (je mehr Aufwand und Ressourcen benötigt werden, desto schwieriger ist es)

Für jedes dieser Kriterien wird anschließend eine Skala von 1-10 verwendet, welches idealerweise in eine Tabelle eingetragen wird. Errechnen Sie anschließend die Mittelwerte der verteilten Werte und bilden Sie ein Ranking. So gewinnen Sie einen Hinweis darauf, welche Maßnahmen besonders vielversprechend sind. Natürlich können auch mehrere Personen Ihre Meinungen in Form von Werten vergeben, sodass Sie direkt mehrere Ansichten integrieren können. Teilen Sie dafür die Summen der einzelnen Kriterien einfach nochmal durch die teilnehmenden Personen.

Online Geschäft etablieren

Wenn Sie bereits wissen, welche Strategie Sie online verfolgen wollen, Ihnen aber die technischen Voraussetzungen fehlen, ist die Krise vielleicht der perfekte Moment, um diese zu schaffen. Genauer gesagt, sprechen wir hier von einer Homepage oder einem Onlineshop mit all den Funktionen, die Sie benötigen. Brauchen Sie eine Mediathek oder einen LogIn-Bereich, sollen Kunden etwas downloaden können oder stellen Sie vielmehr Informationen zur Verfügung? Sind auf Ihrer Webseite bereits Kontaktformulare integriert, über die Sie ein Kunde erreichen kann? Wie sieht Ihre Seite auf mobilen Endgeräten aus? All das sind Fragen, die beantwortet werden sollten, bevor Sie neue Verkaufsstrategien über das Internet planen. Typischerweise wird deswegen zuvor eine technische Analyse angefertigt und ein Lastenheft formuliert, damit die Webpräsenz optimal funktionieren kann.

Sinnvoll ist die Etablierung eines Online Geschäfts vor allem für Unternehmen, die bisher im Ladengeschäft tätig waren. Einzelhandel, Discounter, Großhandel: Unzählige Anbieter können Ihre Waren durchaus online verkaufen, es bestand bisher nur nicht die Notwendigkeit. Auch Seminarleiter und Anbieter von Workshops haben bisher zu Veranstaltungen in speziellen Räumlichkeiten eingeladen. Dies lässt ebenfalls sich online umsetzen, solange dafür alle technischen Voraussetzungen geschaffen werden. Finden Sie die Online-Lösung zu Ihrem Problem!

Tipp: Viele Softwareanbieter etablieren derzeit besondere Aktionen oder bieten vergünstigte Dienste an. Shopware informiert beispielsweise über eine Soforthilfe für Händler, bei der Sie sich direkt einen Onlineshop aufsetzen können. Dieser ist für die ersten 3 Monate kostenlos und beinhaltet außerdem den Support sowie das Hosting für diese Zeit. Auf der Corona-Community-Seite des E-Commerce Shops finden Sie außerdem teilnehmende Partner, die weitere Hilfen anbieten.

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Werbeanzeigen und Suchmaschinenoptimierung

Gehen wir noch einen Schritt weiter: Sie haben bereits eine Webseite oder einen Onlineshop, aber finden Neukunden diese Webpräsenzen auch? Haben Sie Landingpages, die wichtige Suchbegriffe abfangen? Sind Sie für Google und andere Suchmaschinen sichtbar? Auch das beste Angebot nützt in der Onlinewelt nichts, wenn Sie damit nicht gefunden werden. Suchmaschinenoptimierung (SEO) und das Schalten von Werbeanzeigen (SEA) sind hierbei das entscheidende Stichwort.

Reines SEO ist ein eher langfristiger Prozess, weswegen wir diesen aufgrund der Aktualität des Themas vorerst außen vor lassen möchten. Allerdings sollten trotzdem die technischen Aspekte der Suchmaschinenoptimierung passen, da diese für das Kundenerlebnis enorm wichtig sind. Dazu zählen beispielsweise die Nutzerfreundlichkeit der Webseite für mobile Endgeräte, ein strukturiertes Menü oder die Ladegeschwindigkeit.

Besonders sinnvoll in Zeiten der Corona Krise sind Werbeanzeigen (Ads) über Google und über Social Media Kanäle. Nahezu aus jeder Branche und jedem Geschäftsbereiche, gibt es bereits Unternehmen, die erfolgreich Werbeanzeigen nutzen, um Anfragen und Verkäufe zu generieren. Damit stellen sie nicht umsonst einen der wichtigsten Online Marketing Kanäle dar. Der Vorteil ist, dass Sie Ihr Budget frei wählen können und der initiale Aufwand in der Regel überschaubar bleibt. Werbeanzeigen sind somit ein gutes Mittel, um im Wettbewerb um die besten Verkaufsplätze im Online Business erfolgreich zu sein und Sichtbarkeit zu generieren.

Achtung bei Werbeanzeigen in der Krisenzeit! Es ist zwar gut, wenn Sie Ihre Kunden über die Besonderheiten von Lieferbedingungen etc. in Zeiten von Corona informieren wollen, tun Sie dies aber nicht auf den beworbenen Landingpages. Warum? Weil die Richtlinien von Google klare Bestimmungen hinsichtlich Gesundheit und Medizin enthalten. Für solche Inhalte dürfen Sie nicht werben. Da Google die Inhalte Ihrer Landingpage liest und prüft, ob Sie gegen Werberichtlinien verstoßen, darf das Wort “Corona” dort nicht vorkommen. Ansonsten könnten Ihre Anzeigen abgelehnt oder sogar das Konto gesperrt werden. Gehen Sie hier also kein Risiko ein.

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Video Marketing

Bereits jetzt ist absehbar, dass Videos eine entscheidende Rolle in der Krise spielen werden. Immer mehr Unternehmer, Selbstständige und Verantwortliche nutzen dieses Medium, um wichtige Informationen an ihre Kunden weiterzugeben oder den aktuellen Stand der Dinge zu präsentieren. Warum auch nicht – Videos sind deutlich leichter zu konsumieren als lange Texte und sprechen Ihre Zielgruppe schnell, zeitsparend und emotional an.

Falls Sie überlegen, in welchen Bereichen Sie Videos einsetzten könnten, haben wir hier einmal eine Liste für Sie parat, welche Video Formate existieren und wozu diese dienen:

- Erklärvideos (klärt Fragestellungen die Kunden haben)
- Produktfilm (stellt Ihr Produkt vor und liefert Verkaufsargumente)
- Video Ad (Videos als Werbung, in Form von Displaywerbung)
- Webinare (ein Seminar, das über das Internet gehalten wird)
- Multimedia Präsentation (verbindet Video und Präsentationen)
- Webcast (zeigt Anwendungsmöglichkeiten von Produkten, Tutorials oder Vorträge)
- Trailer (erzeugt Emotionen für ein Angebot)
- Imagefilm (verbildlicht Ihr Image und zeigt Philosophie, Arbeitsweisen, etc.)

Videos werden, auch zurecht, mit höherem Aufwand verbunden, als beispielsweise die Erstellung einer Grafik. Dafür sprechen die Marketing Statistiken von Videos aber für sich:

- Produktvideos können die Verkaufsraten enorm steigern.
- Werden Videos auf Landingpages eingebaut, verbessert dies nachweislich die Conversion Rate.
- Enthält Ihre Seite Videoformate, wird diese in den Suchmaschinen besser gerankt.
- Während nur 20% der Besucher Ihre Texte lesen werden, so werden 80% ein Video anschauen.
- Neben Social Media ist das Anschauen von Videos die beliebteste Online Aktivität.

Bereits diese Auswahl zeigt deutlich, dass mit dem Content Format Video unzählige Vorteile erzielt werden können. Im Gegensatz zu der allgemeinen Annahme bedarf es auch nicht der teuersten Technik, um ein erfolgreiches Video zu drehen. Wichtig ist vielmehr, dass dieses Ihren Kunden einen echten Mehrwert liefert.

Gerade in Zeiten von Corona, in denen Sie Ihr Produkt bzw. die Dienstleistung nicht auf einer Messe präsentieren und erklären können, lohnt sich eine Investition ins Video Marketing. Anstatt allen (potentiellen) Kunden Ihr Angebot einzeln am Telefon zu schildern, nehmen Sie es so einmal auf, binden es auf der Webseite und/oder bei YouTube ein und ersparen sich hohen Kommunikationsaufwand.

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Newsletter Marketing

Newsletter Marketing ist schon sehr lange ein wichtiger Aspekt des Online Marketings. Eine persönlichere und individuellere Ansprache als per Email ist nur in direkten Gesprächen möglich. Dabei eignet sich Email Marketing sowohl im B2B-Bereich, als auch im B2C-Bereich, zur Neukunden-Gewinnung und der Bestandskundenpflege. Gerade durch die Herausforderungen von Corona, ist die Relevanz von Newslettern erneut gestiegen, da das persönliche Gespräch im direkten Kontakt nun einmal nicht stattfinden kann. Außerdem findet die Nachfrage nach Produkten oder Dienstleistungen über den Online Handel statt, sodass zahlreiche Nutzer ideal durch E-Mails auf neue Angebote hingewiesen werden können.

Es gibt sehr verschiedene Newsletter Formate, die für unterschiedliche Kampagnen infrage kommen. Hier ist es wichtig, dass Sie entscheiden, welche Kapazitäten Sie haben und welches Ziel Sie verfolgen möchten. Klassische Newsletter werden beispielsweise in regelmäßigen Abständen versendet, während Trigger-Mailings hochpersonalisiert und lediglich zu besonderen Anlässen versendet werden (z.B. Geburtstage). In jedem Falle lässt sich die Performance von Newslettern gut analysieren und auswerten, sodass Sie einen Überblick erlangen, welche E-Mails am besten funktionieren.

Apps

Shopping über das Smartphone oder Tablet war bereits vor der Corona Krise sehr beliebt. Dieser Aspekt wird jetzt noch verschärft, da die Zeiten der Nutzung von smarten Geräten aufgrund von wegfallenden, anderen Aktivitäten potentiell ansteigen. Speziell Social Media Kanäle, wie Facebook, Instagram oder auch YouTube werden über Handys oder Tablets konsumiert. Wird Werbung angezeigt, wollen Kunden direkt kaufen und nicht erst das Gerät wechseln.

Zudem schätzen wir den derzeitigen Zeitpunkt für Apps aufgrund von Funktionen, wie Push-Nachrichten mit Sonderangeboten oder zur Informationsübermittlung, als ideal ein. Als zusätzlicher Kanal für die Kundenkommunikation bieten sich Apps aufgrund der fehlenden persönlichen Interaktion perfekt an. Natürlich stellt die Entwicklung einer App – sollten Sie noch keine haben – einen hohen Investitionsaufwand dar. Eine kostengünstigere Alternative sind deswegen die sogenannten Web-Apps. Sie unterscheiden sich von den Handy-Apps insofern, dass sie nicht über ein bestimmtes Betriebssystem laufen. Web Apps können über den Browser auf den Desktop, das Smartphone oder das Tablet abgerufen werden und sind somit plattformunabhängig.

Web Apps haben aber noch weitere Vorteile: Die Nutzer müssen keine Software installieren oder App downloaden. Das spart neben dem einmaligen Aufwand auch Speicherplatz. Außerdem sind Web Apps schnell und im Vergleich kostengünstiger entwickelt als native Apps. Ein weiterer Vorteil ist, dass Web Apps von den Crawlern erkannt werden und so Rankings in den Suchmaschinen erzeugt werden können. Trotzdem gibt es die Möglichkeit Web Apps im Appstore zu platzieren.

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Der einzige Nachteil ist, dass Web Apps nicht im Offline Modus genutzt werden können. Hier wäre je Anwendungsfall eine Progressive Web App eine Alternative, die jedoch für Online-Shops nur bedingt anwendbar.

Falls Ihr Geschäftsbereich mit einer App sinnvoll genutzt werden kann, sollten Sie trotz der Krise die Überlegung tätigen, ob eine App nicht sowieso der nächste Schritt für Ihr Onlinegeschäft gewesen wäre und gerade jetzt die Umsatzzahlen positiv beeinflussen würde.

Bestandskunden Management, Aktivierung und Community Management

Für viele Unternehmen stellt die Neu-Ansprache von Kunden aufgrund der wegfallenden Messen und Events eine der größten Herausforderungen dar. In den vorherigen Punkten haben wir diesbezüglich bereits einige Lösungsvorschläge gemacht.
Trotzdem ist es jetzt umso wichtiger auf Bestandskunden zu bauen, da dort bereits Vertrauen vorhanden ist. Denn die Wahrscheinlichkeit, dass bestehende Kunden in der Ungewissheit der Krise auf bekannte Marken und Leistungen zurückgreifen, ist äußerst wahrscheinlich. Egal ob über E-Mails, Telefonate, Social Media oder andere Kommunikationskanäle: Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie für Sie da sind und demonstrieren Sie Stabilität und Sicherheit. Bieten Sie Lösungen an!

Die Menschen werde aufgrund der Corona Krise bereits mit zahlreichen Sorgen, Problemen und Unsicherheiten konfrontiert. Stellen Sie sicher, dass in Ihrem Unternehmen klare Zuständigkeiten bei Fragen über sämtliche Kanäle hinweg herrscht und Sie bereit sind Antworten zu geben.
Vermeiden Sie Anspielungen auf die Krise, dies verunsichert Kunden nur und ist nicht dienlich. Sie sollten auch nicht versuchen Ihre Angebote zu sehr in den Fokus zu stellen, da dies schnell aufdringlich wirken kann. Finden Sie einen guten Mix aus Information- und Werbeinhalten für Ihre Community.

Die Corona-Krise sollte in vielen Fällen als Chance gesehen werden, um digitale Prozesse anzustoßen und neue Plattformen zu erschließen. Es bedarf sicherlich eines Umdenkens, Fakt ist aber: Die gewonnen Distributions- und Kommunikationskanäle gehen nach der Krise nicht verloren, sondern stellen eine Investition in die Zukunft dar.

Hinweis: Die Corona-Krise hat gerade KMU Unternehmen getroffen und grundlegende Verkaufsprozesse in einen akuten Wandlungsprozess getrieben. Solche Prozesse sind nicht immer einfach anzugehen, weswegen häufig eine Beratung sinnvoll ist. Dafür gibt es derzeit einige Förderungen, wie beispielsweise die RKW-Corona-Krisenberatung in Thüringen. Diese zielen darauf ab, dass KMU sich schnell den neuen Gegebenheiten anpassen können und ein Konzept erhalten, wie sie im Online-Business Fuß fassen können. Dabei werden die Beratungen zu einem großen Teil bezuschusst, sodass für Sie überschaubare Kosten anfallen. Auch in anderen Bundesländern werden solche Fördermaßnahmen nach und nach etabliert bzw. sind bereits vorhanden.

ironshark
digital agency

Leutragraben 1 | 07743 Jena | Deutschland
+49 3641 597 11 0 | Fax: +49 3641 597 11 99
info@ironshark.de | www.ironshark.de

Haben Sie zu den beschriebenen Maßnahmen Fragen oder benötigen Sie Unterstützung bei der Entwicklung Ihres Digitalen Businesses, stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Alle beschriebenen Instrumente des Online Marketings und der Webentwicklung werden von uns seit vielen Jahren umgesetzt. Ebenso unterstützen wir seit Beginn der Krise unsere Kunden aktiv bei der Umsetzung neuer Strategien und finden Lösungen, um Umsatzeinbrüche zu kompensieren. Selbstverständlich ist eine Beratung für Sie kostenlos!

Wir freuen uns auf Ihre Fragen und wünschen Ihnen Gesundheit und Erfolg!

Sie haben Fragen oder möchten eine kostenfreie Beratung?

Nehmen Sie jetzt Kontakt zu uns auf!

Claus Weibrecht
weibrecht@ironshark.de
+49 3641 59711 70

Google Partner
Specialized in:
Search ads Display ads Shopping ads

SPONSOR 2019 [SEAcamp]

channable

ADFERENCE
A BID MORE SCIENCE