

Briefing

Kundenmagazin der Lighthouse Werbe



- » Website Boosting – Erfolgreiche Website in sechs Schritten
- » Social Recruiting – Moderne Mitarbeitersuche
- » Gute Gründe für Google Ads



»Marketing zu Ende gedacht«

30 years



Lighthouse Werbeagentur
Inh.: Angelika Thonauer | Akad. gepr. Wbkffr.
Firmensitz | 1130 Wien | Hörndlwaldgasse 16
Produktion & Postanschrift
2391 Kaltenleutgeben | Höhengasse 48
Tel. +43 2236 320 196-0
agentur@lighthouse.co.at
www.lighthouse.co.at



» Weltweites Netzwerk

Im Jubiläumsjahr – 30 Jahre Lighthouse – freut es mich besonders, Ihnen bekanntgeben zu können, dass Lighthouse nun über ein weltweites Partnernetzwerk verfügt und damit Kunden umfassend bedienen kann, die international aufgestellt sind und entsprechende Betreuung benötigen.

Lighthouse betreut seit 30 Jahren Kunden mit internationalen Belangen, doch nun können wir ein noch breiteres Netzwerk in lokalen Landessprachen weltweit zur Verfügung stellen. Unsere Kernkompetenzen als Full-service-Agentur bleiben nicht nur erhalten, sondern wir erweitern durch die Partnerschaften unser großes Spektrum.

Es gibt zwei neue Produkte, die ich nach Besuchen bei verschiedensten amerikanischen Agenturen während meiner zahlreichen USA-Aufenthalte nun offiziell in unser Portfolio aufgenommen habe.

1. Amazonmarketing: wie verkaufe ich erfolgreich auf Amazon
2. Wie ver helfe ich meiner Marke, viral zu gehen (viral gehen heißt, dass sich Bilder oder Videos auf Social Media in kürzester Zeit sehr rasch und weit verbreiten).

Es geht dabei darum, echte Kontrolle über Ihre Social-Media-Marken-Präsenz zu übernehmen. Was ist das Geheimnis, warum Content angesehen und geteilt wird?

Wir bieten ein Webinar an, das Ihnen dazu verhelfen wird, die maßgeblichen Gründe zu kennen, wie Sie beispielsweise Ihre Videos erstellen müssen, damit User sie wirklich ansehen und die Verweildauer hoch ist. Ja, es gibt exakte Gründe, die Sie erlernen werden, und danach können Sie interessanten Content erstellen, der Sie vom Wettbewerb abheben wird und einen Überfluß an Leads bringen wird.

Wenn Sie nicht selbst Videos produzieren wollen, können wir Ihnen helfen, diese zu erstellen – also auch diese Möglichkeit gibt es. Oder Sie erstellen den Content und wir ermöglichen durch Qualitätskontrolle die richtige Umsetzung.

Ich freue mich, unsere neuen Dienstleistungen mit Ihnen umzusetzen und Ihnen damit zu helfen, Ihre Ziele zu erreichen.

Herzlichst, Ihre Angelika Thonauer



Feilt laufend an internationalen Beziehungen und erweitert die Kernkompetenzen ihrer Agentur – Agenturchefin Angelika Thonauer.

» Interessiert – haben Sie Fragen?

Schreiben Sie mir bitte auf agentur@lighthouse.co.at





Eine Herzensangelegenheit

Situationen wie oben dargestellt geschehen leider immer öfter. Im Unterschied dazu verlaufen die wirklichen Geschehnisse aber keineswegs lustig, denn die beliebte Diagnose „Aufmerksamkeitsstörung“ bedeutet für die Betroffenen oft die lebenslange Einnahme von pharmazeutischen Medikamenten, deren mitunter dramatische Nebenwirkungen allzuoft unterdrückt werden.

Unser Appell geht somit an alle Eltern, Großeltern, Verwandte und Freunde, in deren Umfeld Situationen, ähnlich dieser, auftreten oder aufgetreten sind. Lassen Sie es nicht zu, dass aufgeweckten Kindern ohne Weiteres eine solche Diagnose verpasst wird. Viel wichtiger wäre eine gründliche körperliche Untersuchung, denn allzu oft liegen die Ursachen in z.B. fehlenden Mineralstoffen oder schlicht und einfach zu viel Zuckerkonsum.



If it's not printed it's not true*

Einmal mehr brechen wir die Lanze für ein unschlagbares Medium: die Kundenzeitung.

In Zeiten wachsender Digitalisierung empfinden es viele als wohltuend, Informationen einmal nicht vom Bildschirm zu erhalten.

Es ist Tatsache, dass eine Kundenzeitung, die gedruckt und versendet wurde, nach ein paar Wochen Anfragen und letztendlich Umsatz generiert. Die Marke wird gestärkt und die Kundentreue erhöht. Es ist sogar so, dass die Kundenzeitung neue Kunden bringt.

Letztendlich aus Kostengründen geht der Trend immer mehr in Richtung Online. Das hat im Großen und Ganzen durchaus seine Berechtigung und macht in vielen Fällen Sinn. Entscheidend ist der Beweggrund, warum man sich darauf beschränkt, denn "kostengünstig" sollte niemals die einzige Triebfeder sein.

Immer wieder erhalten wir von Kunden positive Rückmeldungen auf Kundenzeitungsberichte. Erst unlängst bekamen wir eine Anfrage eines ehemaligen Kunden, der sich ein halbes Jahr nach Erscheinen der Ausgabe gemeldet und auf die Zeitung bezogen hat. Digitale Daten mögen keinen Raum für die Ablage beanspruchen, aber genau dies macht es schwieriger, sie zu

finden und auf sie zu stoßen – so wie man über ein Magazin „stolpert“, das man aus bestimmten Gründen nicht gleich weggeschmissen hat. So hat überhaupt die Archivierung digitaler Inhalte seine Tücken.

Gewichtiges Gesamtpaket

Die Kundenzeitung als Gesamtpaket bietet eine hervorragende Gewichtung von Themenschwerpunkten. So lassen sich in einer Ausgabe verschiedenste Themen zusammenfassen, die in ihrer Gesamtheit eine neue, eigene Information vermitteln. Nach dem Spruch: „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“, vermittelt man dem Leser neue Perspektiven und Aspekte, ohne explizit darauf hinweisen zu müssen. Diese Qualität bieten sowieso nur Printmedien.

Wenn wir hier Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns, sie in einem persönlichen Gespräch weitergehend zu informieren.

» **Kontaktieren Sie bitte**
Sabine Partik, Projektmanagement
Tel. +43 699 15091949
admin@lighthouse.co.at

DIE KUNDENZEITUNG

- ... vermittelt Wissen, Kompetenz und Stabilität
- ... schafft Vertrauen
- ... ist dem Vertrieb ein wichtiges Werkzeug
- ... gewinnt neue Kunden
- ... hat mehr Glaubwürdigkeit als reine Werbung

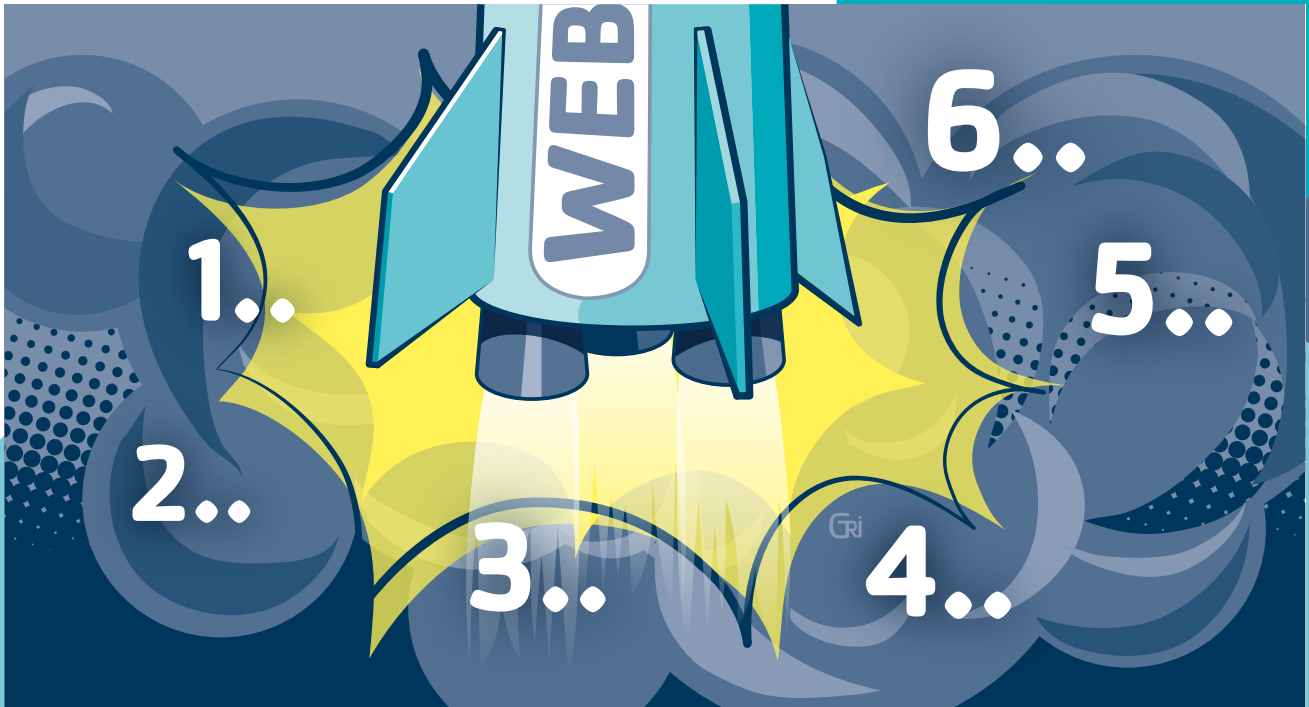
*) „Und ist es nicht gedruckt, dann ist es nicht wahr“

Es ist also nur echt, wenn's gedruckt und somit physisch vorhanden ist – sozusagen vor einem liegt. Diese Qualität haben digitale Daten selbstverständlich nicht, und der Mensch schätzt sie – immer mehr.



Website Boosting

Geheimnisse für eine erfolgreiche Website in nur 6 Schritten



Eine Website ist eine hohe Investition, welche sich am Ende auch lohnen sollte. Wenn Sie die folgenden 6 Punkte beachten, ist Ihre Unternehmens-Website auf Erfolgskurs.

1

Klare Zielsetzung

Eine erfolgreiche Website hat klare Ziele und Zwecke. Ob es darum geht, Produkte zu verkaufen, Informationen bereitzustellen, Kunden zu gewinnen oder etwas anderes zu erreichen. Die Ziele sollten klar definiert sein und beim Öffnen der Website sofort anhand der Überschrift erkennbar sein.

2

Benutzerfreundliches, attraktives Design

Die Benutzerfreundlichkeit ist entscheidend für den Erfolg einer Website. Eine erfolgreiche Website ist einfach zu navigieren, hat eine klare Struktur und stellt die wichtigsten Informationen leicht zugänglich dar. Ein intuitives und attraktives Design mit visueller Ästhetik trägt dazu bei, die Benutzererfahrung zu verbessern und die Besucher auf der Website zu halten.

6

Analyse und Optimierung

Eine erfolgreiche Website analysiert kontinuierlich ihre Leistung und optimiert ihre Strategien, um die Ziele zu erreichen.

Durch die Verwendung von DSGVO-konformen Analysetools, können Website-Betreiber Einblicke in das Besucherverhalten gewinnen und Änderungen vornehmen, um die Benutzererfahrung und die Conversion-Raten zu verbessern. Indem sie diese Merkmale berücksichtigt und auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe eingeht, kann eine Website erfolgreich sein und dazu beitragen, die Ziele des Unternehmens oder der Organisation zu erreichen.

5

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Eine erfolgreiche Website ist für Suchmaschinen optimiert, um sicherzustellen, dass sie von potenziellen Besuchern gefunden wird. Dies beinhaltet die Verwendung einer relevanten H1 Überschrift mit Keywords, Inhalt mit Keywords, die Optimierung der Meta-Beschreibung, eine lesbare URL, sinnvolle Bildnamen und ALT-Tags und die Bereitstellung hochwertiger Backlinks.

4

Responsives Design und schnelle Ladezeit

In einer zunehmend mobilen Welt ist es wichtig, dass eine Website auf verschiedenen mobilen Geräten gut funktioniert. Eine erfolgreiche Website verwendet ein responsives Design, das sich automatisch an die Bildschirmgröße und das Gerät des Benutzers anpasst, um eine konsistente Benutzererfahrung auf Desktops, Tablets und Smartphones zu gewährleisten. Durch die Auswahl eines guten Web-servers wird die Ladezeit der Website stark reduziert und die Sicherheit erhöht.

3

Regelmäßiger und qualitativ hochwertiger Inhalt

Eine erfolgreiche Website bietet hochwertigen, relevanten und ansprechenden Inhalt, der die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppe anspricht. Regelmäßige Aktualisierung und Arbeit am Inhalt trägt dazu bei, die Glaubwürdigkeit und Aktualität der Website zu stärken, von anderen Websites besser verlinkt zu werden und die Besucher zum Wiederkommen zu ermutigen.



Kontaktieren Sie bitte

Sabine Partik, Projektmanagement
Tel. +43 699 15091949
admin@lighthouse.co.at



Allheilmittel Digitalisierung

Wenn ich mich da draußen so umsehe, bekomme ich den leisen Verdacht, dass Digitalisierung fast nur mehr dazu da ist, Kosten zu sparen und nicht mehr persönlich mit Kunden kommunizieren zu müssen. Telefonnummern sucht man mittlerweile in vielen Fällen vergebens. Und hat man endlich eine gewählt, kann man fast sicher sein, dass man sich aufgrund des großen Andrangs doch bitte etwas gedulden möge, und die nächste freie Leitung sei für einen bestimmt. In Wirklichkeit lässt die allgemeine Personalsituation keine entsprechende Besetzung zu. Manchmal muss man mit Hilfe der Tastatur Fragen beantworten, damit man angeblich schneller richtig verbunden wird, oft liegt jedoch das Anliegen zwischen Möglichkeit 1, 2 oder 3, sodass man sich bereits vor der Aussicht auf ein Gespräch nicht verstanden fühlt. Immer mehr Dienstleistungen funktionieren nur mit entsprechender App, deren Installation und Aktivierung fast ein IT-Studium voraussetzen oder einfach nur Glückssache sind. Wenn man sich nicht rechtzeitig Vorverkaufsfahrscheinne besorgt hat und über keine entsprechende App verfügt, darf man nur zu den normalen Öffnungszeiten, wochentags und nur dort zusteigen, wo eine Trafik in der Nähe ist. Andernfalls bleibt ja immer noch die freie Entscheidung zu Fuß zu gehen. Immer mehr Hersteller schlagen vor (noch schlagen sie es vor, bald zwingen sie einen), das Produkt auch gleich beim Hersteller und online zu kaufen. Zugestellt wird es (noch) von einem Dienstleister, der es immer öfter einfach vor die Haustür legt. An der Digitalisierung dieser Dienstleistung wird noch gearbeitet. **CG**

Die Mitspieler



Angelika Thonauer
CEO und Gründerin

»Mein Herz schlägt für die Wirtschaft, und ich setze meine Erfahrung zum Wohle aller Beteiligten ein. Dabei blicke ich auch gern über den Teller- rand.«

> thonauer@lighthouse.co.at



Christian Grischan
Grafik

»Ich entwickle kreative Ideen und er- wecke diese zum Leben. Mein Wahl- spruch lautet: Auch ein gestandener Techniker sieht gern schöne Bilder.«

> grafik@lighthouse.co.at



Sabine Partik
Project Manager

»Ich behalte immer den Überblick und stelle sicher, dass alle Projekte perfekt umgesetzt werden.«

> admin@lighthouse.co.at



Sonja Burtscher
Marketing & Communications

»Ich gestalte Kampagnen mit Herz und Seele und finde immer die richtigen Worte.«

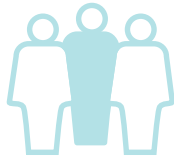
> info@lighthouse.co.at



Desiree Schier
Performance Marketing

»Ich mache Sie im Web sichtbar, und zwar genau dort, wo Interessenten Ihr Angebot suchen.«

> online@lighthouse.co.at



Moderne Art der Mitarbeitersuche

Erfahren Sie, wie Social Media und Mitarbeitergewinnung zusammenspielen

Unter dem Begriff Social Recruiting sind sämtliche Maßnahmen des Personalmarketings zusammengefasst, bei denen Ihr Unternehmen soziale Netzwerke, wie zum Beispiel LinkedIn, Facebook oder TikTok, geschickt nützt. Stellen Sie sich vor, Sie sind ein Unternehmen auf der Suche nach den besten Talenten für Ihr Team. Wo suchen Sie? In einer Zeit, in der soziale Medien einen immer größeren Stellenwert einnehmen, ist die Antwort klar: überall dort, wo sich potenzielle Kandidaten aufhalten – also in den Weiten der digitalen Welt.

Ähnlich wie das Online-Presseportal als Multiplikator fungiert, verbreitet Lighthouse über Social Recruiting Ihre Jobangebote und Unternehmenskultur schnell und effizient über verschiedene soziale Medienplattformen und verbindet Sie mit einem globalen Talentpool. Es bietet sich nicht nur die Möglichkeit, direkt mit potenziellen Kandidaten in Kontakt zu treten, sondern ermöglicht es auch, Ihre Stellenangebote weitreichend zu teilen und so die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens zu erhöhen. Durch gezielte Ansprache, geförderte Interaktion und authentische Kommunikation können Sie eine positive

Beziehung zu potenziellen Kandidaten aufbauen, noch bevor sich diese bewerben. Oder besser noch: bevor diese überhaupt aktiv auf Jobsuche sind. Lighthouse erstellt für Ihr Unternehmen digital einen Bewerber-Funnel, einen sogenannten Trichter, mit dem nach Ihren Wunschkriterien bereits eine Kandidatenvorauswahl getroffen wird. Ein effizientes Mittel für Kosten- und Zeitersparnis.

Warum ist Social Recruiting nicht nur für große Unternehmen reserviert?

Ganz einfach: Es bietet eine Reichweite und Zugänglichkeit, die es Unternehmen jeder Größe ermöglicht, sich mit potenziellen Bewerbern zu vernetzen, ohne dabei enorme Summen für traditionelle Recruiting-Methoden ausgeben zu müssen.

Bei Lighthouse haben wir die Wirkung von Social Recruiting aus erster Hand erlebt. Durch gezielte Kampagnen und eine aktive Präsenz in den sozialen Medien konnten wir für unseren Kunden hochqualifizierte Bewerber erreichen und so herausfordernde Positionen besetzen.



Kurz gesagt, Social Recruiting ist mehr als nur eine moderne Rekrutierungsmethode – es ist eine Chance, Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber zu präsentieren und potenzielle Talente auf einer persönlichen Ebene anzusprechen. Nutzen Sie die Möglichkeiten, die Soziale Medien bieten, und bringen Sie Ihre Botschaft hinaus in die Welt des Talentpools – denn die besten Mitarbeiter könnten bereits online auf Sie warten.

Mehr dazu auf unserer Website:

<https://lighthouse.co.at/marketing/social-recruiting/>

» Kontaktieren Sie bitte

Sonja Burtscher,
Marketing & Kommunikation,
Tel. +43 699 15533135
info@lighthouse.co.at



Gute Gründe für Google Ads

Lassen Sie sich finden mit gezieltem Keyword-Marketing

Suchmaschinen-Marketing mittels Google Ads ist ein wesentlicher Bestandteil von erfolgreichem Online-Marketing. Schließlich ist der erste Schritt ganz einfach: Interessenten müssen Ihr Unternehmen finden! Google Ads reagiert auf die Suchanfragen der User im Web und spielt gezielt Ihre Anzeigen aus. Die relevanten Suchworte und das Budget bestimmen Sie.

Gezielte Reichweite

Mit Google Ads erreichen Sie potenzielle Kunden genau dann, wenn sie aktiv nach Produkten oder Dienstleistungen wie den Ihren suchen. Ihre Anzeigen werden direkt neben den Suchergebnissen auf Google und anderen relevanten Websites platziert, wodurch sichergestellt wird, dass sie von Personen gesehen werden, die bereits Interesse an Ihrem Angebot haben.

Kostenkontrolle

Sie behalten die volle Kontrolle über Ihr Budget und Ihre Kampagnen. Sie können festlegen, wie viel Sie täglich oder pro Klick investieren möchten, und haben die Möglichkeit, Ihre Anzeigen jederzeit anzupassen oder zu pausieren, ganz nach Ihren Bedürfnissen.

Messbarkeit

Dank Google Ads können Sie den Erfolg Ihrer Kampagnen genau überwachen. Sie sehen, wie viele Personen Ihre Anzeigen gesehen haben, wie oft darauf geklickt wurde und welche konkreten Ergebnisse Ihre Anzeigen erzielt haben – sei es in Form von Leads, Verkäufen oder anderen gewünschten Aktionen.

Skalierbarkeit

Egal ob Sie ein Start-up oder ein etabliertes Unternehmen sind, Google Ads bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Kampagnen flexibel anzupassen. Sie können mit einem kleinen Budget beginnen und Ihre Anzeigen schrittweise skalieren, um mit dem Wachstum Ihres Unternehmens Schritt zu halten.

Vielfältige Werbeoptionen

Google Ads stellt Ihnen eine Vielzahl von Anzeigenformaten zur Verfügung, um Ihre Zielgruppe auf vielfältige Weise anzusprechen. Von aussagekräftigen Textanzeigen über visuell ansprechende Display- und Videoanzeigen bis hin zu Produktanzeigen – Sie wählen die Formate, die am besten zu Ihren Marketingzielen passen.



Was ist besser geeignet, Google Ads oder Meta Ads?

Alle Vorteile und Unterschiede auf einen Blick

Meta Ads und Google Ads sind zwei verschiedene Werbepattformen, die jeweils ihre eigenen Stärken und Anwendungsbereiche haben.

Google Ads

Meta Ads

Zielgruppen und Plattformen

Google Ads ermöglicht es, Anzeigen in Google-Suchergebnissen sowie auf anderen Websites im Google Display Netzwerk zu schalten. Dies ist ideal, um Nutzer zu erreichen, die aktiv nach bestimmten Produkten oder Dienstleistungen suchen oder sich in einer Kaufentscheidungsphase befinden.

Meta Ads, ehemals Facebook Ads, ermöglichen das Schalten von Anzeigen auf Facebook, Instagram und anderen Plattformen im Facebook Audience Network. Diese Plattform ist effektiv, um Nutzer basierend auf ihren demografischen Daten, Interessen und Verhaltensweisen anzusprechen, und eignet sich besonders gut für Branding und Engagement-Kampagnen.

Anzeigenformate

Google bietet eine Vielzahl von Anzeigenformaten an, darunter Textanzeigen, Displayanzeigen, Videoanzeigen und Shopping-Anzeigen. Diese Formate eignen sich für verschiedene Marketingziele, von der Steigerung des Website-Traffics bis hin zur Förderung von Produktverkäufen.

Meta Ads bieten ebenfalls eine breite Palette von Anzeigenformaten, darunter Bildanzeigen, Karussellanzeigen, Videoanzeigen und Story-Anzeigen. Diese Formate ermöglichen es, kreative und ansprechende Inhalte zu präsentieren, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu gewinnen.

Zielgruppen-Targeting

Google Ads ermöglicht präzises Targeting basierend auf Suchbegriffen, Standorten, demografischen Daten und Verhaltensmerkmalen. Dies ist ideal, um Nutzer zu erreichen, die bereits ein hohes Interesse an bestimmten Produkten oder Dienstleistungen zeigen.

Meta Ads bieten umfangreiches Targeting basierend auf demografischen Daten, Interessen, Verhaltensweisen, Lebensereignissen und Verbindungen. Dies ermöglicht eine gezielte Ansprache von Nutzern, die möglicherweise noch nicht aktiv nach bestimmten Produkten oder Dienstleistungen suchen.

Wann verwendet man was?

Google Ads eignet sich besonders gut für Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen anbieten, die direkt mit Suchanfragen in Verbindung stehen, wie zum Beispiel Dienstleistungen, lokale Unternehmen oder E-Commerce.

Meta Ads eignen sich besser für Unternehmen, die auf sozialen Plattformen eine breitere Zielgruppe ansprechen möchten, Markenbekanntheit steigern wollen oder eine bestimmte Zielgruppe mit spezifischen Interessen und Verhaltensweisen ansprechen möchten.

In vielen Fällen kann eine Kombination aus beiden Plattformen sinnvoll sein, um eine umfassende Reichweite und gezieltes Targeting zu erzielen.



Kontaktieren Sie bitte

Sabine Partik, Projektmanagement
Tel. +43 699 15091949
admin@lighthouse.co.at

Mehr dazu auf unserer Website: <https://lighthouse.co.at/online/google-ads/>



IMPRESSUM

Eigentümer | Herausgeber Lighthouse Werbeagentur |
Angelika Thonauer | Akad. gepr. Wbkffr.
Firmensitz | 1130 Wien | Hörndlwaldgasse 16
Produktion & Postanschrift | 2391 Kaltenleutgeben |
Höhengasse 48 | Tel. +43 2236 320 196-0 |
agentur@lighthouse.co.at | www.lighthouse.co.at
Redaktion Angelika Thonauer, Sabine Partik
Grafik Lighthouse | Gedruckt in Österreich
Illustrationen & Fotos © www.lighthouse.co.at

Offenlegung nach § 25 des Mediengesetzes Briefing ist ein etwa 3-mal im Jahr erscheinendes Kundenmagazin, das bestehenden und potenziellen Kunden Einblick in die Tätigkeit der Agentur und im Rahmen des Unternehmensgegenstandes erfolgreiche Werbe- und Marketingstrategien vermitteln soll.

Alles zum Thema **Datenschutz** finden Sie auf unserer Website unter:
www.lighthouse.co.at/datenschutzerklaerung/

»Marketing zu Ende gedacht«

Illustration: © www.lighthouse.co.at