

# Besser handeln Stationär & digital

Modulgestaltung für eine Digitalisierungsoffensive für stationäre Geschäfte

# **Die Reise des Kunden**

Mag. Johannes Pracher | Amstetten | 27.10.2021



Mag. **Johannes Pracher**  
Head of Startrampe by Sparkasse OÖ  
[Johannes.pracher@gmail.com](mailto:Johannes.pracher@gmail.com)

**Kennen Sie  
ihre Zielgruppe?**

# Klassische Zielgruppenmodelle

## Orientierung an demografischen Größen

- Alter, Geschlecht, Herkunft, Wohnort, Einkommen

## Beispiel

Alter: Geboren 1948

- Männlich
- Herkunft: England
- Wohnort: UK
- Einkommen (Hoch)



**Wer sind Ihre  
Kunden?**

# Wer sind Ihre Kunden

- Warum kaufen diese bei Ihnen ein?
- Was wünschen sich Ihre Kunden?
- Welche Interessen haben Ihre Kunden?
- Sind die Öffnungszeiten passend für Ihre Kunden?
- Wann kaufen diese ein?
- Woher kommen diese?
- Wo kaufen diese noch ein?
- Wie halten Sie Ihre Kunden am laufenden?
- Wo informieren sich Ihre Kunden?
- Wie sichern Sie sich ab das diese nicht digital einkaufen?

**Digitalisierung**



**WARUM?**



**„Nothing changes if nothing changes.“**

Harvey Specter

# Digitalisierung – der schnellste Wandel der Menschheit!

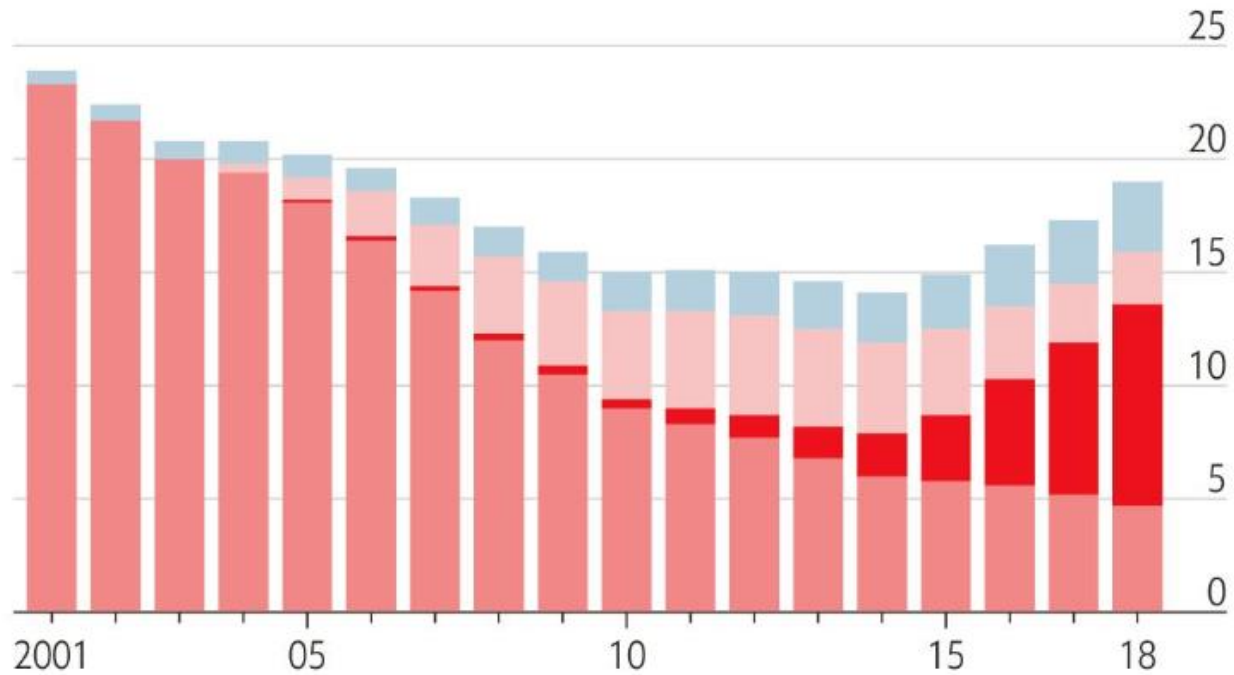
Wie lange bis zum 100 Mio. Nutzer...

Telefon	75 Jahre
Mobil Telefon	16 Jahre
Internet	7 Jahre
WhatsApp	3 Jahre
Alexa	3 Jahre
Instagram	2 Jahre
Angry Birds	35 Tage
Facebook Live (Chewbacca Mum)	24 Stunden

# How the internet has remade the music business

Recorded-music-industry revenues, worldwide, \$bn

Physical Streaming Digital (excl. streaming) Performance and usage rights

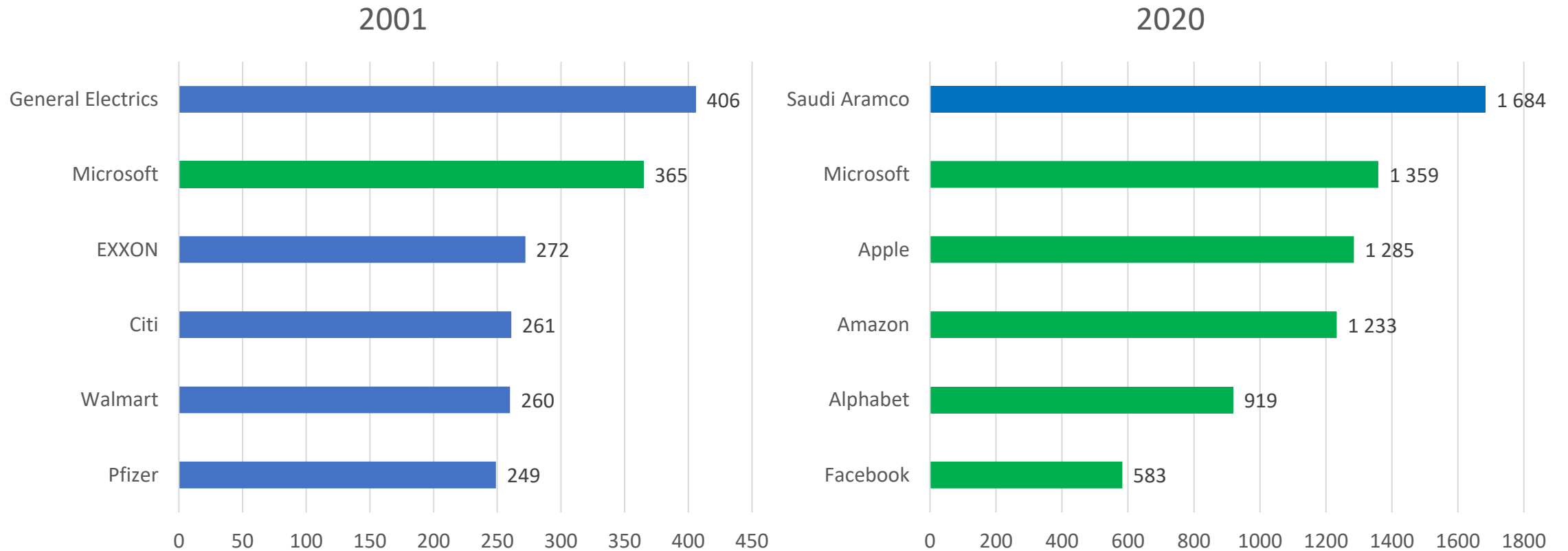


Source: IFPI

The Economist

# Largest Companies by Market Cap

(in Billion \$)



Quelle: [www.statista.com/statistics/263264/top-companies-in-the-world-by-market-value/](https://www.statista.com/statistics/263264/top-companies-in-the-world-by-market-value/)

**Die richtigen Geschichten zum richtigen  
Zeitpunkt machen den Erfolg**







„Es ist nicht die stärkste Spezies die überlebt, auch nicht die intelligenteste sondern eher diejenige die am ehesten bereit ist sich zu verändern“

Charles Darwin (1809-1882)  
britischer Naturforscher und Begründer der Evolutionstheorie



# Zwei Geschichten

# Geschichte Eins



# Geschichte Eins

Karussell Kind & Mode Pracher Norbert, Bad Ischl



Karussell Kind & Mode Pracher Norbert  
AM KREUZPLATZ 20  
4820 Bad Ischl [📍](#)  
Oberösterreich

☎ 06132 28423

🖨 06132 284234

# Geschichte Zwei



BLUMEN  
*Monika*

*Hochzeitsschmuck*

GABNICE

4.50

4.30

4.50

5.00

4.50

4.50

4.50

4.50

4.50

4.50

4.50

4.50

4.50

4.50

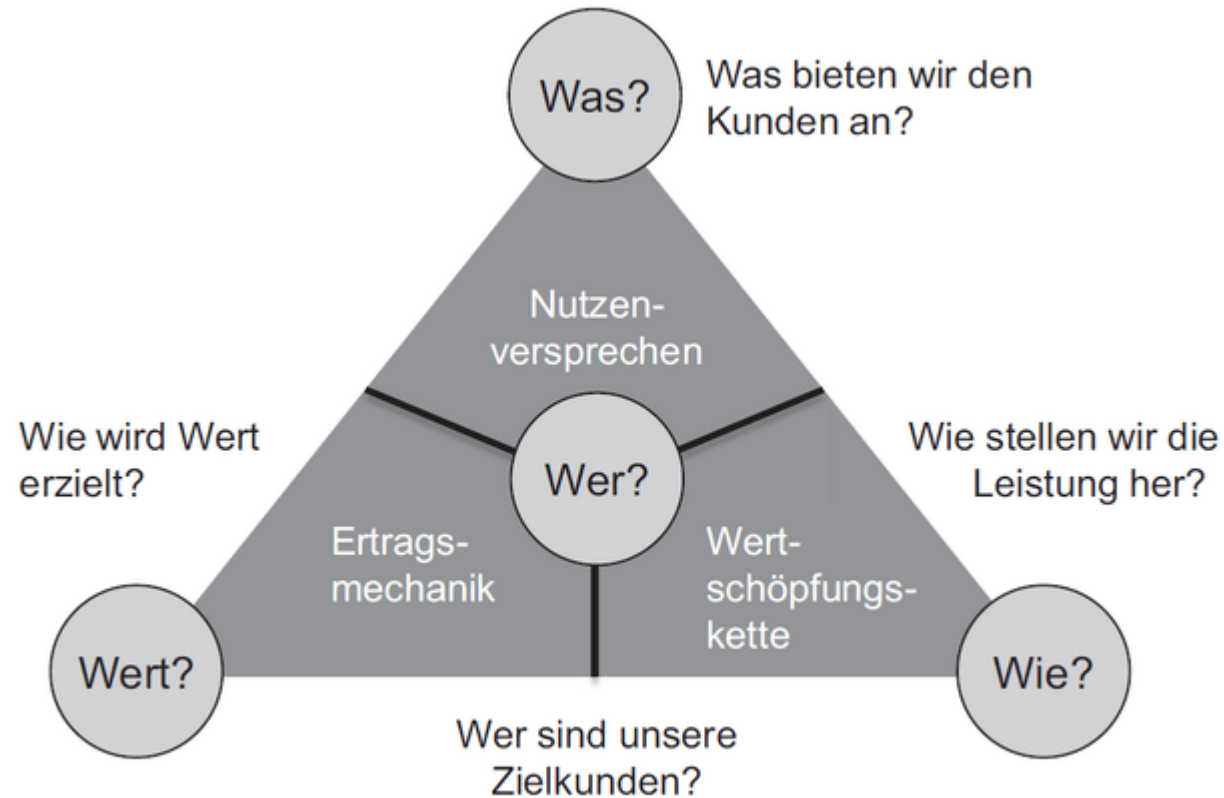
4.50

4.50

4.50

# Geschäftsmodell Innovation

# Was ist Geschäftsmodell Innovation?



Quelle: Gassmann, Frankenberger, Csik: Geschäftsmodelle entwickeln, 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, 2013.



# Was ist Geschäftsmodell Innovation?

1. Der Kunde – wer ist unser Zielkunde?
2. Das Nutzenversprechen – was bieten wir den Kunden an?
3. Die Wertschöpfungskette – wie stellen wir die Leistung her?
4. Die Ertragsmechanik – wie wird Wert erzielt?

# Drei Beispiele

# Rolls Royce Motoren

## **Power by the Hour**

- **Was:** Leistung und nicht Motor wird verkauft
- **Wie:** Turbine bleibt im Besitz Rolls Royce; für Wartung zuständig
- **Wert:** Wiederkehrende Umsätze durch mehr Flugstunden. Motoren wurden besser, da nicht mehr Wartung sondern Flug wichtig war

# Google

## **Kostenloser Service – Nutzer ≠ Kunde**

- **Was:** Kostenlose Serviceleistung für Nutzer
- **Wer:** Breite Nutzerbasis wurde aufgebaut
- **Wie:** Nutzerdaten werden für individuelle Werbung an Kunden verkauft
- **Wert:** Personalisierte Werbung hat höheren Wert da kein Streuverlust

# Gillette/ Nespresso

## Razor and Blade

- **Was/ Wert:** Günstiges/ Kostenloses Grundprodukt; Teure Folgeprodukte
- **Wie:** Austrittsbarrieren aufbauen zB.: Starke Marke, Patent, Wenig kompatible Produkte

# Zusammenfassung

# Digitalisierung und Geschäftsmodell Innovation

## **Einfache Schritte**

- Kunden Bedürfnis analysieren und Geschäftsmodell anpassen
- Aktuelles Geschäftsmodell überdenken
- Öffnungszeiten auf Google
- Adressen Sammeln für Newsletter
- Digitale Kundendatei anlegen für Interessen (CRM Tool)
- Facebook Account
- QR Codes verwenden

# Besser handeln Stationär & digital

Modulgestaltung für eine Digitalisierungsoffensive für stationäre Geschäfte

Peter Brandstetter & Markus Eiselsberg  
27.10.2021



# 7 Die zehn Module - Übersicht

1. Stationär & digital - Startworkshop
2. Besser sichtbar im Geschäft (stationär & digital)
3. Besser sichtbar im Internet
4. Besser sichtbar auf Facebook, Instagram & Co.
5. Besser sichtbar durch Fotos
6. Besser sichtbar durch Videos
7. Besser sichtbar auf Google (SEO)
8. Besser gefunden auf Google (SEA)
9. Besser rechtlich abgesichert
10. Besser (IT-)sicher im Internet

# 10 MODULE IM DETAIL

# Besser sichtbar im Geschäft (stationär & digital)

## Trainer

Arch. Mag. Ing. Martin Huber, CEO

Architekt & Digitalisierungsexperte

## Kontakt

[huber@hubergestaltung.at](mailto:huber@hubergestaltung.at)

+43 699 10808024

[www.hubergestaltung.at](http://www.hubergestaltung.at)



- **ca. 10 TeilnehmerInnen**
- **Ort:** WKO - Amstetten
- **Dauer**
  1. Workshop 5h
  2. Nachbearbeitungsworkshop 3h
- **Inhalte**
  - Gestaltung des Geschäftsraums & Eingangsbereichs (Präsentation der Referenzen)
  - Das Geschäft als Sehenswürdigkeit
  - „Die Brücke zur digitalen Welt“

# Besser sichtbar im Internet

## Vortragender

David Kemptner-Rauscher, MSc

Geschäftsführer Rocket Crocodile  
Consulting

## Kontakt

[david.kemptner-rauscher@rocket-crocodile.com](mailto:david.kemptner-rauscher@rocket-crocodile.com)

+43 664 4230760



- **ca. 10 TeilnehmerInnen**
- **Ort:** WKO – Amstetten; 24.11.2021
- **Dauer:**
  1. Workshop 5h
  2. Nachbearbeitungsworkshop
- **Themen:**
  - Grundlegendes zur Sichtbarkeit im Internet
  - Erste Schritte – Google Account
  - Mein Schaufenster.at
  - Website – Die Digitale Visitenkarte

# Besser sichtbar auf Facebook, Instagram & Co.

## Vortragende

Mag. Agnes Jaglarz

marketing circus e.U.

## Kontakt

[hallo@marketingcircus.at](mailto:hallo@marketingcircus.at)

+43 650 6202226

[www.marketingcircus.at](http://www.marketingcircus.at)



- **15 TeilnehmerInnen**
- **Ort:** WKO – Amstetten; 11.11.2021
- **Dauer**
  1. Workshop 5h
  2. Nachbearbeitungsworkshop 3h
- **Inhalte**
  - Basiskenntnisse über Social Media
  - Unterschiedliche Social Media Kanäle
  - Social Media Trends & Strategie-Erstellung
  - Technische Hilfsmittel & Tools
  - Fotos und Videos selbst erstellen
  - Apps und Bearbeitungsprogramme
  - Ultimative Social Media Tipps, das perfekte Posting u.v.m.
  - Praktischer Teil

# Besser sichtbar durch Fotos

## Vortragender

Martin Dörsch, BSc

## Kontakt

lbdoersch@fhstp.ac.at



- **10-15 TeilnehmerInnen**
- **Ort:** WKO - Amstetten
- **Dauer**
  1. Workshop 5h
  2. Nachbearbeitungsworkshop 3h
- **Inhalte:**
  - Produktfotos mit dem Smartphone
    - Easy Equipment Produktfotos
  - Grundlagen Bildbearbeitung
    - Photoshop
    - Lightroom
  - Programmempfehlungen
    - Für mobile Gestaltung
    - Für Gestaltung am PC

## Vortragender

Clemens Baumann, BSc

Research Assistent  
Media Creation

FH St. Pölten

## Kontakt

clemens.baumann@fhstp.ac.at



- **10-15 TeilnehmerInnen**
- **Ort:** WKO – Amstetten
- **Dauer**
  1. Workshop 5h
  2. Nachbearbeitungsworkshop 3h
- **Inhalte:**
  - Storyboard/Drehbuch
  - Zielsetzung
  - Anforderungen
  - Lichttechnik
  - Perspektive
  - Schnitt

# Besser sichtbar auf Google (SEO)

Suchmaschinenoptimierung für Geschäfte mit eigener Webseite

## Vortragender

David Kempfner-Rauscher,  
MSc

Geschäftsführer Rocket  
Crocodile Consulting

## Kontakt

[david.kempfner-rauscher@rocket-crocodile.com](mailto:david.kempfner-rauscher@rocket-crocodile.com)

+43 664 4230760

- **ca. 10 TeilnehmerInnen**
- **Dauer:**
  1. Workshop 5h
  2. telefonische Nachbetreuung per Videokonferenz
- **Ort:** WKO Amstetten; 12.01.2022
- **Inhalte:**
  - Google Analytics
    - KPI-Analysen
  - Key Word Analysen
  - Key Word-Optimierung
  - Suchmaschinenorientierte Websitegestaltung
  - verschiedene Analyse-Tools



# Besser gefunden auf Google (SEA)

Suchmaschinen-Marketing für Geschäfte mit eigener Webseite

## Vortragender

**Ing. Patrizia Faschang, BA MA**

Geschäftsführerin webdots GmbH

## Kontakt

[p.faschang@webdots.at](mailto:p.faschang@webdots.at)



- **ca. 10 TeilnehmerInnen**
- **Ort:** WKO - Amstetten
- **Dauer:**
  1. Workshop 5h
  2. telefonische Nachtbetreuung per Videokonferenz
- **Inhalte:**
  - Google Ads
    - Allgemeine (Begriffs-)erklärungen
  - Netzwerke
    - Google Search, Google Display,...
  - Aufbau eines Google-Kontos
  - Anzeigenerweiterungen
  - Analyse/Tracking
  - Tools
    - Google Planner, Suggest, Trends,...)

# Besser rechtlich abgesichert

## Vortragender

Mag. Martin Führer, LL.M.

urbanek|lind|schmied|reisch  
Rechtsanwälte OG

## Kontakt

[fuehrer@ulsr.at](mailto:fuehrer@ulsr.at)

+43 2742 351 550



- **10-15 TeilnehmerInnen**
- **Ort:** WKO - Amstetten
- **Dauer**
  1. Workshop 5h
  2. Nachbearbeitungsworkshop 3h
- **Inhalte:**
  - Urheberrecht (Fotos & Videos)
  - DSGVO
  - Fernabsatzrecht

# Besser (IT-)sicher im Internet

## Vortragende

Prof. (FH) Mag. Dr. Simon Tjoa

Studiengangsleiter Cyber  
Security and Resilience

## Kontakt

[Simon.tjoa@fhstp.ac.at](mailto:Simon.tjoa@fhstp.ac.at)



- **10-15 TeilnehmerInnen**
- **Ort:** WKO - Amstetten
- **Dauer**
  1. Workshop 5h
  2. Nachbearbeitungsworkshop 3h
- **Inhalte:**
  - Passwörter und Passwortmanagement
  - Sicherheit im Homeoffice
  - Testprogramme für Sicherheitschecks (Ransomware)
  - Diebstahl persönlicher Daten wie Passwort oder Kreditkartennummer (Phishing)
  - Reservesysteme (Backup)

# Follow and like us



**Startrampe.sparkasse**



**Johny.ufta**



**Sparkasse-ooe.at/startrampe**



**#glaubandich Podcast Itunes & Spotify**

