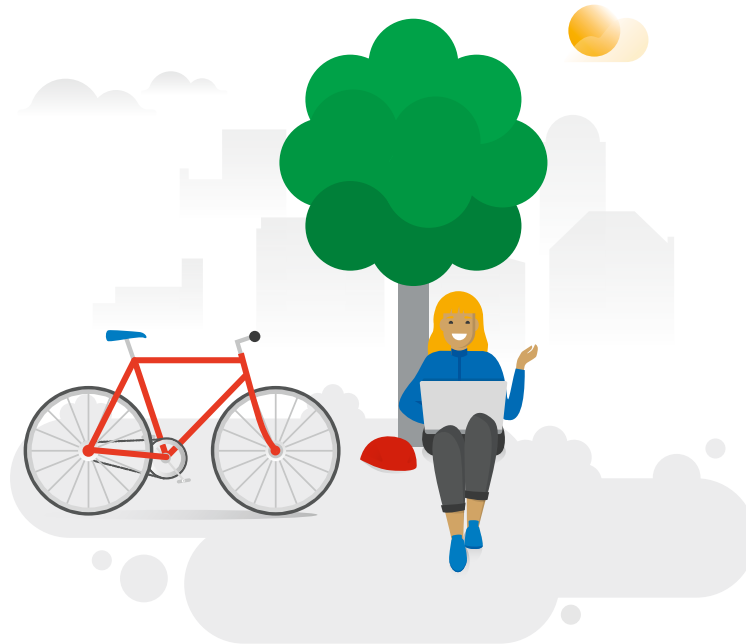


Das 1 x 1 der Google-Produkte



Google

Online sein

80 Prozent der befragten Internetnutzer in Deutschland haben in der vergangenen Woche Produkte online recherchiert, bevor sie ein Ladengeschäft besucht haben.* Es ist daher wichtiger denn je, online präsent zu sein – ob mit einer eigenen Website, einem Onlineshop oder mit einem lokalen Geschäft. Ihre potenziellen Kunden sind online und suchen genau dort nach Ihnen.

Google unterstützt Sie mit den passenden Angeboten: für Einsteiger, die frisch ins Onlinegeschäft starten, und für Kenner, die ihr Onlinegeschäft ausbauen oder ihr digitales Wissen erweitern möchten. In diesem 1 x 1 Leitfaden finden Sie nützliche Tools, Produktempfehlungen und Erfolgsgeschichten, mit denen Sie Ihr Geschäft zukunftsfähig machen können.

Mithilfe der farbigen Kapitelkennzeichnungen finden Sie direkt zu den Themen, die für Sie relevant sind. Los geht's!

*Google/Ipsos, Global Retail Study, Februar 2019.

Sie möchten mehr über digitale Themen erfahren?

Wissen erweitern

Sie haben ein lokales Geschäft?

Gefunden werden

Sie haben eine Website?

Umsatz steigern

Sie möchten die richtigen Kunden erreichen?

Anzeigen schalten

Sie möchten Ihr Geschäft erweitern?

Potenziele finden

Graf Dichtungen

Der Verkauf von Dichtungen hat in der Familie Graf eine lange Tradition. Mit den kostenlosen Trainings der Google Zukunftswerkstatt konnte Catrin Graf ihre neu erlernten digitalen Fähigkeiten einsetzen, um das Unternehmen voranzutreiben.



Globusmanufaktur Columbus

Torsten Oestergaard übernahm das Traditionsunternehmen in einer schlechten wirtschaftlichen Lage. Er entschied sich für die Geschäftsausweitung per Onlineshop und nutzt heute erfolgreich Anzeigen auf Google, um neue Kunden zu gewinnen.



der blumenladen

Mit einem kostenlosen Unternehmensprofil bei Google gelingt es Ingo Jank, neue Kunden in und um Stuttgart in seinen Blumenladen zu bringen. Dank Google My Business wird sein Geschäft auch in Google Maps angezeigt. Das birgt ein gewaltiges Potenzial, denn viele Kunden suchen nach Geschäften oder Unternehmen direkt in ihrer Nähe z. B. in der Google Maps App und finden so schneller in seinen Blumenladen.



Hundeschule und -geschäft HeimatHund

Nachdem der Umsatz im Onlineshop zunächst ausblieb, suchte Janine Obersdorf im Internet nach Hilfe und fand Grow My Store. Das kostenlose Tool lieferte ihr maßgeschneiderte Optimierungsvorschläge für ihre Website. Mit der verbesserten Seite stieg auch der Umsatz online und vor Ort im Geschäft.

Sie möchten mehr über
digitale Themen erfahren?

Wissen erweitern

Google Zukunftswerkstatt

Neue digitale Fähigkeiten erlernen

Um neue Impulse im Bereich der digitalen Weiterbildung zu setzen und Einsteigern zu helfen, sich im digitalen Alltag besser zurechtzufinden, startete Google gemeinsam mit zahlreichen Partnern die Initiative Google Zukunftswerkstatt. Die bundesweite, kostenlose Bildungsinitiative umfasst ein großes Angebot an Kursen.

Sie können einzelne Module oder komplette Kurse aus den Bereichen Daten und Technologie, Onlinemarketing und Berufliche Weiterbildung auswählen.

Für Einzelhändler sind insbesondere folgende Kurse der Google Zukunftswerkstatt spannend:



Grundlagen schaffen:

Grundlagen des Onlinemarketings, Aufbau einer Marke, Von potenziellen Kunden online gefunden werden



Onlinemarketing starten:

Mit digitalen Vertriebskanälen neue Zielgruppen erreichen, Bedürfnisse und Onlineverhalten der Kunden verstehen, Ideen kreativ kommunizieren



Weitere Themen:

Innovationen, Produktiver arbeiten, Effektives Networking lernen

Finden Sie das passende Training:
zukunftswerkstatt.de

“

Die Kurse in der Zukunftswerkstatt haben mir so viel Spaß gemacht, dass ich sogar im Urlaub Onlinekurse besucht habe.

Catrin Graf, Geschäftsführerin, Graf Dichtungen

“

„Am Anfang sind meine Eltern noch von Tür zu Tür gezogen und haben unsere Dichtungen verkauft. Ich habe dann das Geschäft übernommen und es war klar: Online können wir weiterwachsen und noch mehr Kunden erreichen – europaweit. Ich wollte deshalb herausfinden, wie ich unseren Onlineshop noch besser auf sie zuschneiden kann. Das habe ich mit den Kursen der Zukunftswerkstatt gelernt.“



“

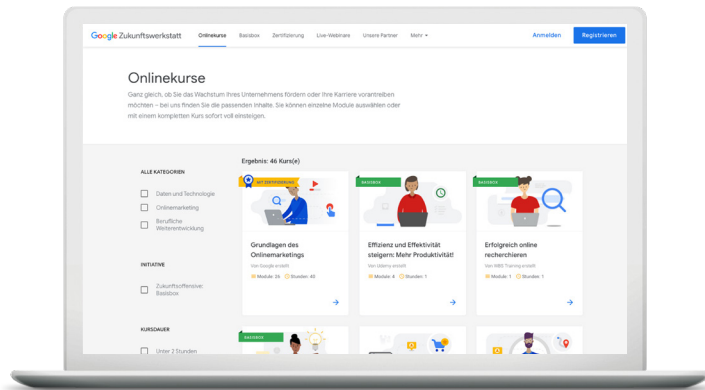


Hier geht es zur Erfolgsgeschichte:
goo.gle/graf



Mit den Trainings der Google Zukunftswerkstatt die Potenziale der Digitalisierung nutzen

„Ich wollte lernen, wie ich unseren Kunden den Einkauf in unserem Onlineshop noch angenehmer machen kann. Ich habe dann Kurse zum Thema Onlinemarketing besucht. Die Workshops haben mir neue Impulse gegeben und wichtige Hintergründe geliefert. Ich würde allen Unternehmerinnen und Unternehmern aus dem Online- und Digitalbereich empfehlen, an solch einem Workshop teilzunehmen. Aber ich glaube, auch viele andere mittelständische Betriebe sollten das tun – selbst wenn ihr Firmenbereich auf den ersten Blick nichts mit dem Digitalgeschäft zu tun hat. Das Internet ist eine Verkaufsbereicherung für jede Firma. Vorausgesetzt, man nutzt es richtig.“



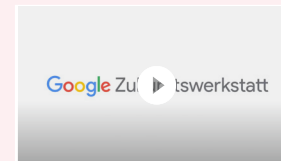
Nächste Schritte



Basisbox

Entdecken Sie kostenlose Trainings zu den Themen Kommunikation, Kollaboration, Technologie und Recht:

goo.gle/basisbox



YouTube-Kanal

Weitere Onlinekurse finden Sie auf dem YouTube-Kanal der Google Zukunftswerkstatt:

goo.gle/zukunftswerkstatt-YT

Sie haben ein lokales Geschäft?

Gefunden werden

Google My Business

Online gefunden werden, lokal verkaufen

Auf der Suche nach einem Geschäft, einem Unternehmen oder einer Dienstleistung recherchieren heute viele zuerst online. Ein kostenloses Unternehmensprofil bei Google My Business ist Ihre Möglichkeit, Ihr Geschäft online für Kunden sichtbar zu machen. Menschen, die nach Produkten wie Ihnen suchen, bekommen Informationen über Ihr Angebot in der Google-Suche und in Google Maps angezeigt. So finden Kunden schneller in Ihr Geschäft.



Aufmerksam machen:

Informieren Sie Kunden, die unterwegs nach einem Geschäft wie Ihrem suchen, über Ihre Angebote.



Auffindbar sein:

Zeigen Sie ganz einfach mit Google Maps Entfernung und Wegbeschreibung an.



Erreichbar sein:

Informieren Sie über Öffnungszeiten und Kontaktmöglichkeiten, bieten Sie Terminbuchungen und Kundenrezensionen an.



Aktuell bleiben:

Teilen Sie neue Fotos, Angebote und Eventinformationen mit Ihren Kunden.

Erstellen Sie in wenigen Schritten Ihr Unternehmensprofil:
google.de/business

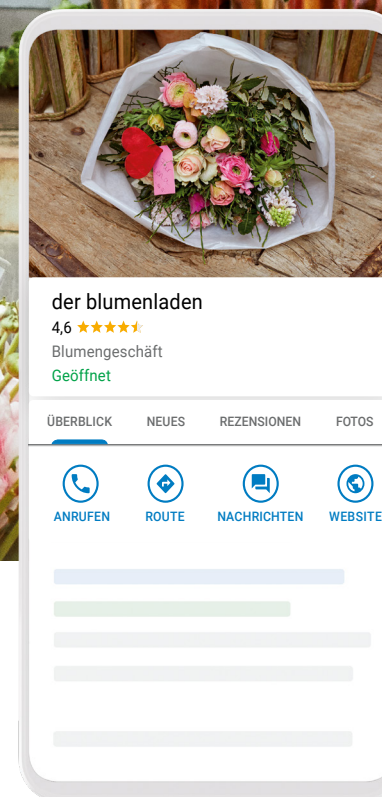


Durch das Unternehmensprofil bei Google My Business finden Kunden viel leichter den Weg in mein Geschäft und können sich über Kontakt-, Kauf- und Liefermöglichkeiten informieren.

Ingo Jänk, Inhaber, der blumenladen



„In Sachen Floristik bin ich Experte – im Bereich Marketing eher weniger. Für die Bewerbung meines Blumengeschäfts nutze ich das Unternehmensprofil bei Google. Darüber kann ich alle wichtigen Informationen mit den Kunden teilen und z.B. Öffnungszeiten, aktuelle Angebote, Sonderaktionen oder Eindrücke vom Laden zeigen. Im Grunde lernen meine Kunden das Geschäft schon kennen, bevor sie es überhaupt besuchen.“

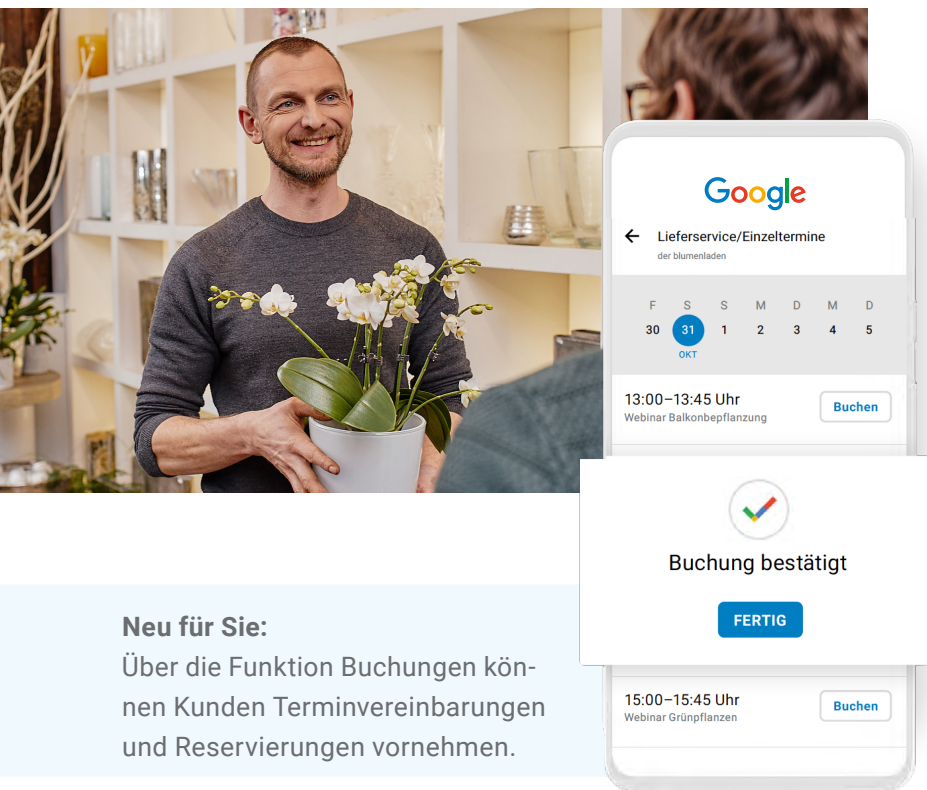


Erstellen Sie in wenigen Schritten Ihr Unternehmensprofil:
google.de/business



Wie und wann ist mein Geschäft zu erreichen?

„Wenn jemand nach einem Blumengeschäft in Stuttgart sucht, taucht das Unternehmensprofil von ‚der blumenladen‘ in der Google-Suche bzw. Google Maps auf. Den Leuten wird direkt gezeigt, wo wir zu finden sind und wann wir geöffnet haben. Damit man nicht vor verschlossener Tür steht. Kontaktdaten und Öffnungszeiten aktualisiere ich daher regelmäßig. Sofern es die eigenen Möglichkeiten erlauben, weise ich auch auf Liefer- oder Abholoptionen hin.“



Neu für Sie:

Über die Funktion Buchungen können Kunden Terminvereinbarungen und Reservierungen vornehmen.

Was gibt es Aktuelles?

„Mit der Beiträge-Funktion kann ich meinen Kunden zeigen, welche Angebote und Produkte in meinem Geschäft zu finden sind. Die Beiträge funktionieren wie kleine Werbeanzeigen, die unkompliziert über Neuigkeiten im Sortiment oder Sonderaktionen informieren.“



Neu für Sie: kostenlose Werbemittel

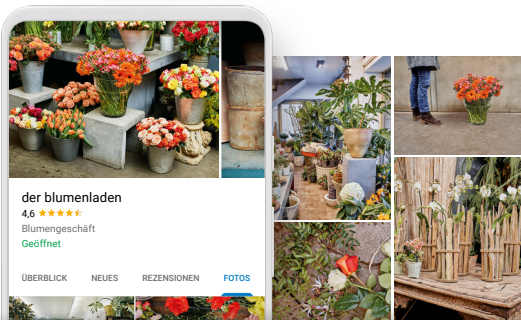
Google stellt Ihnen nun auch kostenlose Vorlagen für Werbemittel wie Poster oder Beiträge in sozialen Medien zur Verfügung. Nutzen Sie diese für Aushänge in Ihrem Geschäft und für soziale Medien.

g.co/marketingkit



Wie wecke ich das Interesse der Kunden?

„Ich möchte auch online meine Produkte bzw. meine Blumen präsentieren. Dazu nutze ich die Foto-Funktion in Google My Business. Die besten Bilder meiner Pflanzen und Sträuße kann ich dort einfach einstellen und so mehr Kunden davon überzeugen, in mein Geschäft zu kommen.“



Was denken Kunden über mein Geschäft?

BEI GOOGLE BEWERTEN



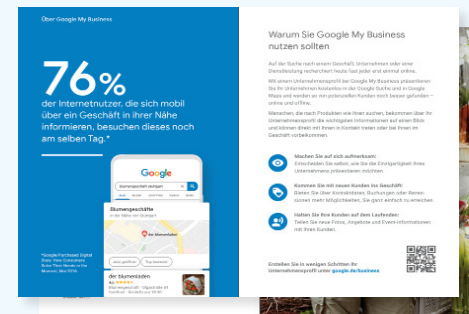
„Mir ist es sehr wichtig, dass meine Kunden zufrieden sind. Über Google My Business kann ich mich direkt mit ihnen austauschen. Sie teilen mir ihre Erfahrungen mit meinem Laden mit, können Bewertungen abgeben und diese mit anderen teilen. Ich kann auf jeden Beitrag antworten und zeigen, dass ich ihr Feedback zu schätzen weiß.“

Nächste Schritte



Kostenlos schulen lassen

Wie Sie einen Brancheneintrag mit Google My Business erstellen und optimieren: goo.gl/gmb-schulung



Leitfaden herunterladen

Der PDF-Guide verrät Ihnen viele Tipps und Tricks zu Google My Business: goo.gl/gmb-leitfaden

Sie haben eine Website?

Umsatz steigern

Grow My Store | Test My Site

Zeigen Sie Ihren Kunden Ihr Onlineschaufenster

Die eigene Website oder der eigene Onlineshop ist für Händler nicht nur Aushängeschild, sondern auch eine wichtige Stellschraube für ihren Geschäftserfolg. Sind die mobilen Ladezeiten zu lang, keine oder nicht die richtigen Informationen verfügbar, entscheiden sich Kunden schnell für andere Anbieter.

Die kostenlosen Tools Grow My Store und Test My Site unterstützen Sie dabei, an alle wichtigen Themen zu denken, die von Käufern heute erwartet werden. Einfach die Internetadresse und ein paar Eckdaten eingeben und Sie erhalten nach der Analyse Ihrer Website u. a. zu folgenden Themen individuelle Optimierungstipps:



Wie einfach ist die Navigation?



Wie schnell lädt meine Website?



Welche Informationen fehlen auf meiner Website?

Sie haben noch keinen Onlineshop? Lernen Sie hier, wie es geht:
goo.gle/onlineshop

”

Grow My Store von Google hat uns geholfen, unsere Website zu optimieren. Das Großartige an dem Tool ist, es ist kostenlos und supereinfach. Seit der Überarbeitung verzeichnen wir wesentlich mehr Bestellungen und packen jetzt fleißig Pakete.

Janine Obersdorf, Gründerin, HeimatHund

“



Hier geht es zur
Erfolgsgeschichte:
goo.gle/heimathund

„In unserem Onlineshop lief am Anfang einfach nichts. Dann habe ich nach Produkten gesucht, die mir helfen können, und bin auf Grow My Store gekommen. Das ist ein Produkt von Google, wo man seine Internetseite eingeben und dann analysieren lassen kann. Was ist verbesserungswürdig? Was fehlt vielleicht? Grow My Store hat mir viel gebracht und jetzt sind es einfach deutlich mehr Bestellungen.“





Was erwarten meine Kunden beim Onlineeinkauf?

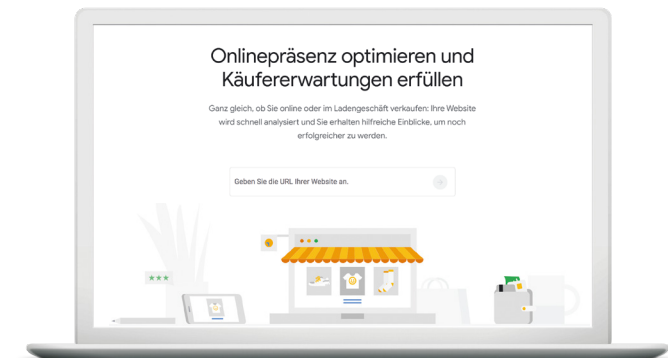
„Wenn ein Kunde eine Website oder einen Onlineshop besucht, erwartet er, schnell das zu finden, wonach er sucht. Das heißt, ich muss es ihm so einfach wie möglich machen, das gewünschte Produkt oder die entsprechenden Informationen zu finden. Ich selbst bin kein Marketingexperte und habe mich am Anfang auch gefragt: Worauf muss ich tatsächlich achten und welche Faktoren sind bei einer Website wichtig?

Grow My Store hat mir dann wirklich dabei geholfen, genau das herauszufinden. Ich habe dort einfach meine Internetadresse eingegeben und schon wurde meine Website analysiert. Im Anschluss habe ich dann konkrete Empfehlungen zur Optimierung bekommen, z.B. die Produktbeschreibungen zu verbessern und die Seite für mobile Endgeräte zu optimieren. Ich konnte sogar meine Werte mit anderen aus meiner Branche vergleichen.“



Grow My Store analysiert folgende Inhalte auf Ihrer Website

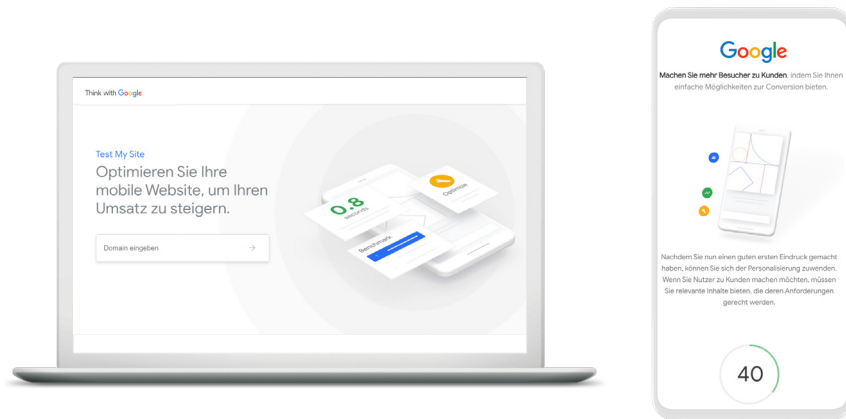
- Sind ausreichend Produktinformationen vorhanden?
- Wie findet sich der Kunde auf der Seite zurecht?
- Wie reibungslos läuft der Einkauf im Onlineshop?
- Welche Zahlungsmöglichkeiten fehlen?
- Werden Retourenprozesse kundenfreundlich angeboten und kommuniziert?



Probieren Sie Grow My Store aus. Wie schneidet Ihre Website ab?
g.co/growmystore

Punkten Sie mit Ladezeiten von unter einer Sekunde

Was ist eigentlich der erste Eindruck, den ein Nutzer von einer Website erhält? Den bekommt er schon, während die Startseite lädt. Hier geht die Kundenreise los – und endet auch gleich wieder, wenn die aufgerufene Seite zu lange lädt. Da immer mehr Websites über Mobilgeräte aufgerufen werden, ist es besonders wichtig, die Seite für mobile Endgeräte zu optimieren, um keine Kunden zu verlieren. Lädt eine Einzelhandels-Website nur um 0,1 Sekunden schneller, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit einer Interaktion um 8,4 Prozent.*



Überprüfen Sie die Ladezeit Ihrer Website am besten regelmäßig. Das Tool Test My Site ist kostenlos und bewertet für Sie, ob die Ladezeit Ihrer Website nach den aktuellen Standards passabel ist oder nicht. Sie bekommen auch Tipps und Empfehlungen, um Ihrem Internetauftritt Beine zu machen.

*Google/Fifty Five/Deloitte, Studie „Speed Impact“, EMEA und USA, Oktober/November 2019.

Welche Empfehlungen kann Test My Site für meine Website liefern?

-  Ist die Seite schnell, durchschnittlich oder langsam?
-  Wie verhält sich die Geschwindigkeit im Vergleich zu anderen Websites Ihrer Branche?
-  Wie wirkt sich die Geschwindigkeit auf die Interaktionen auf Ihrer Website aus?



Machen Sie den Test: Wie schnell ist Ihre Website wirklich?
goo.gle/tms

Sie möchten die richtigen
Kunden erreichen?

Anzeigen schalten

Google Ads | Smart Shopping Ads | YouTube Ads

Neue Kunden erreichen – mit Werbeanzeigen auf Google

63 Prozent der befragten Internetnutzer in Deutschland verwenden Google, um sich Produkte anzusehen, die sie später im Ladengeschäft oder online kaufen möchten.* Gerade in der aktuellen Situation suchen immer mehr Kunden online nach Produkten und Dienstleistungen. Mit Werbeanzeigen von Google Ads wird Onlinewerbung einfacher denn je.

Ob reine Textanzeigen, Shopping-Anzeigen mit Bildern oder Videoanzeigen – suchen Sie sich ein Format aus, das am besten zu Ihrem Angebot passt.



Zielgenaue Ansprache:

Sie erreichen mit Ihren Anzeigen genau die potenziellen Kunden, die in der Google-Suche oder auf Google Maps nach Unternehmen wie Ihrem suchen.



Budget-Kontrolle:

Sie legen Ihr individuelles Monatsbudget fest, das nicht überschritten wird. Sie können Anzeigen pausieren und das Budget anpassen. Und Sie bezahlen nur, wenn potenzielle Kunden auf Ihre Anzeige klicken.



Zielsetzung:

Mehr Ladenbesuche, mehr Telefonanrufe oder mehr Websitebesuche? Das entscheiden allein Sie.

Erstellen Sie jetzt in ein paar einfachen Schritten Ihre erste Anzeige: google.de/ads

”

Mit Google Ads holen wir Menschen
und ihre Wünsche direkt zu uns.

Torsten Oestergaard, Geschäftsführer, Columbus

“

Globen online



Columbus Globus seit 1909 |
Sehen Sie die Welt mit uns

Anzeige www.columbusglobus.de

Wir haben 30.000 Karten und Globen
im Sortiment. Ab 30€ liefern wir gratis!
Markenqualität seit 1909. Direkt von
Columbus.

„Am Anfang haben alle gesagt: Einen Webshop aufbauen – da könnte ich gleich mein Geld aus dem Fenster werfen. Aber es war eben ein neuer Absatzmarkt, den mussten wir einfach entdecken. Wir haben zu Beginn auf Google einfache Textanzeigen geschaltet. Google Ads schlägt einem dabei automatisch Suchbegriffe vor, die potenzielle Kunden bei der Suche eingeben könnten. Danach formuliert man einen kurzen Anzeigentext. Shopping-Anzeigen nutzen wir dann, um die Produkte mit Fotos zu zeigen. Gerade unsere Globen leben davon, gesehen zu werden.“



Hier geht es zur
Erfolgsgeschichte:
goo.gle/columbus

In 4 Schritten zur ersten Textanzeige

1

Ziel definieren

Überlegen Sie, was Sie mit Ihren Anzeigen genau erreichen möchten. Zum Beispiel mehr Kontakte online oder direkt mit dem Ladengeschäft?

2

Reichweite bestimmen

Sie entscheiden, in welchen Gebieten oder in welchem Umkreis Ihre Anzeige geschaltet wird.

3

Werbebotschaft formulieren

Wollen Sie Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder ein konkretes Angebot bewerben? Beschreiben Sie es in drei kurzen Sätzen.

4

Budget festlegen

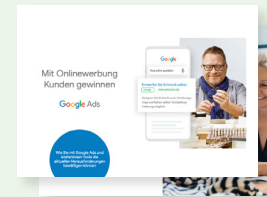
Wählen Sie ein Budget, das für Ihr Unternehmen am besten funktioniert. Sie zahlen nie mehr im Monat als Ihren festgelegten Höchstbetrag und Sie bezahlen nur, wenn potenzielle Kunden auf Ihre Anzeige klicken.

Wie bringe ich mehr Kunden in mein Ladengeschäft?

Immer mehr Käufer recherchieren im Internet, um bestimmte Artikel in einem Geschäft in ihrer Nähe zu finden. Über „Anzeigen mit lokalem Inventar“ können Sie diesen potenziellen Kunden mitteilen, dass Sie den gewünschten Artikel auf Lager haben – und zwar genau dann, wenn sie einen Kauf tätigen möchten. So bringen Sie mehr Kunden und mehr Umsatz in Ihr Geschäft.

Erfahren Sie mehr über Anzeigen mit lokalem Inventar:
goo.gle/lokal

Nächste Schritte



Leitfaden herunterladen

Der PDF-Guide verrät Ihnen viele Tipps und Tricks zu Google Ads:

goo.gle/ads-leitfaden



Wie erreiche ich mit Smarten Shopping-Anzeigen neue Kunden?

„Die Smarten Shopping-Anzeigen* erlauben uns, unsere Produkte auch zu zeigen. Denn gerade unser Globus lebt davon, dass man ihn sieht und nicht nur liest. Wir werben anhand eines Fotos zusammen mit einem Titel, dem Preis, dem Namen unserer Website und weiteren Informationen. Im Gegensatz zu Textanzeigen werden Smarte Shopping-Anzeigen netzwerkübergreifend in der Google-Suche, auf YouTube und in Gmail gezeigt – man profitiert also von einer großen Reichweite durch Platzierung der Anzeigen in diversen Kanälen. Dabei werden die Anzeigen komplett automatisch von Google gesteuert.“

Lernen Sie mehr über Smarte Shopping-Anzeigen:
goo.gle/shopping

*In Europa können Shopping-Kampagnen in jedem Preisvergleichsportal verwendet werden, mit dem Sie zusammenarbeiten. Die Anzeigen werden auf allgemeinen Suchergebnisseiten und auf anderen Plattformen ausgeliefert, die vom Preisvergleichsportal genutzt werden.

Wie Videowerbung für Ihr Unternehmensziel funktioniert

Mit Werbeanzeigen auf YouTube können Sie ganz unterschiedliche Werbeziele verfolgen: den Bekanntheitsgrad steigern, eine neue Zielgruppe ansprechen oder direkt den Abverkauf von Produkten erhöhen. Denn für immer mehr Nutzer ist Bewegtbild ein hilfreiches Mittel für die Kaufentscheidung: Mehr als 50 Prozent der befragten Käufer sagen, dass sie sich mithilfe von Onlinevideos für eine bestimmte Marke oder ein bestimmtes Produkt entschieden haben.* Videoanzeigen werden gerade auch für Händler immer beliebter, um anhand von Storytelling, d. h. Erzählen von Geschichten, Menschen emotional an ihr Produkt oder an ihre Marke zu binden. Das funktioniert sogar ohne kostspielig produziertes Videomaterial und kann auch bei kleinerem Budget umgesetzt werden. Sie legen einen maximalen Betrag fest und bezahlen nur, wenn Nutzer sich die Anzeige auch ansehen oder damit interagieren.



Machen Sie mit beliebten Inhalten auf sich aufmerksam:
youtube.de/ads

*Google/Ipsos, How People Shop with YouTube, weltweit, Juli 2018.

Sie möchten Ihr Geschäft erweitern?

Potenziale finden

[Google Trends](#) | [Market Finder](#) | [AI for Business](#)

Machen Sie mit Ihrem Unternehmen den nächsten Schritt

Sie möchten neue Geschäftsmöglichkeiten entdecken? Vor diesem Schritt fragt man sich erst mal: Was ist für potenzielle Kunden interessant und werden meine Produkte in anderen Ländern genauso gut nachgefragt wie in Deutschland? Auf welche Themen oder Bedürfnisse kann man aufsetzen? Welcher Markt kommt infrage? Oder welche neuen Technologien bringen mir neue Möglichkeiten?

Nutzen Sie kostenlose Tools von Google, um sich individuell zugeschnittene Statistiken, Analyseberichte, Branchen- und Marktreports erstellen zu lassen und Handlungsempfehlungen ableiten zu können.



Wonach suchen potenzielle Kunden?



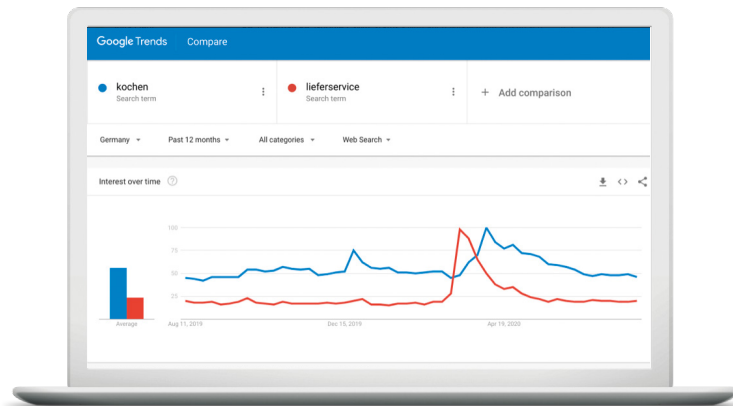
Welche internationalen Märkte eignen sich für mich?



Welche KI-Anwendungen sind für mich relevant?

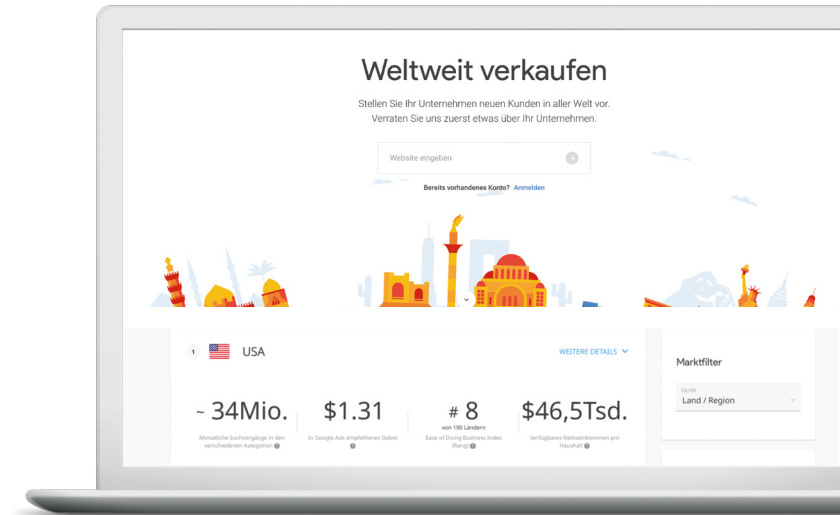
Wonach wird online gesucht?

Wenn sich die Marktbedingungen rasch ändern, ist es nicht immer leicht vorherzusehen, wie sich die Bedürfnisse der Menschen entwickeln. Das Suchverhalten der Nutzer auf Google gibt darüber einen direkten Aufschluss. Google Trends zeigt, welche Themen gerade angesagt sind und welche nicht. Das können Sie für sich nutzen und überprüfen, wie sich das Suchverhalten auf Ihre Produkte oder Dienstleistungen aktuell auswirkt oder welche Themen/Suchbegriffe/Produkte für Ihre Zielgruppe relevant sein könnten. Die Daten stehen nahezu in Echtzeit zur Verfügung.



Sie wollen für Ihre Zielgruppe relevante Themen recherchieren?
trends.google.de

Exportieren? Welches Land wäre für mich geeignet?



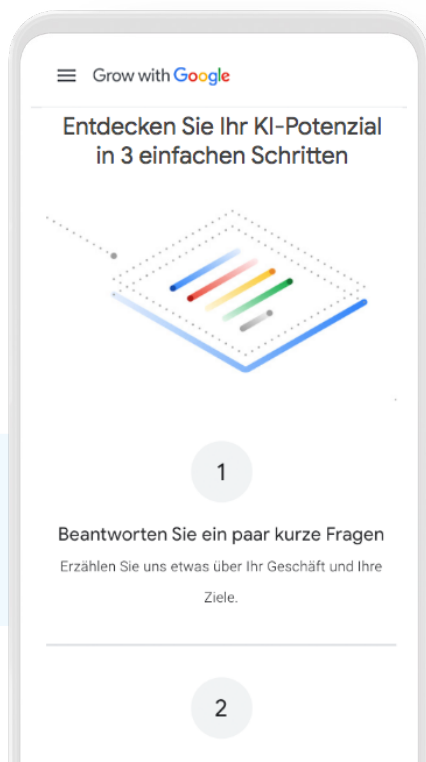
Das kostenlose Tool Market Finder hilft dabei, schnell und einfach herauszufinden, welche Länder für Ihr Geschäft geeignet wären. Es ermittelt diese innerhalb von Sekunden und unterstützt Sie mit Marktinformationen, Leitfäden und weiteren Hintergrundinformationen zu landesspezifischen Dingen wie Online-Suchverhalten, Einkommen potenzieller Kunden oder Zahlungsgewohnheiten der Käufer. So erstellen Sie schnell und einfach einen Unternehmensplan für das Ausland.

Entdecken Sie, wie Sie weltweit neue Kunden finden:
g.co/marketfinder

Wie KI Ihrem Unternehmen neue Möglichkeiten bietet

Künstliche Intelligenz (KI) klingt für viele nach einem Zukunftsfilm aus dem Kino. Dabei unterstützt sie schon heute viele Unternehmen dabei, ihre Umsätze zu steigern und noch effizienter zu arbeiten.

Das AI for Business-Tool von Google soll helfen, künstliche Intelligenz für jedes Unternehmen (auch für kleine und mittlere Unternehmen) zugänglich zu machen. Nach der Beantwortung von nur drei Fragen erhalten Sie einen personalisierten Bericht mit praktischen Vorschlägen für den Einstieg. Außerdem stehen umfangreiche Branchenreports zum Download bereit, in denen viele potenzielle KI-Anwendungen, Tools und Ressourcen zu sehen sind.



Welches KI-Potenzial steckt in Ihrem Unternehmen?
Finden Sie es heraus:
goo.gle/aiforbusiness

Neue Wege für Ihr Geschäft: Legen Sie online mit Google los

Wir wollen Sie von Anfang an unterstützen.
Sie haben Fragen zu den Google-Tools?

 **Rufen Sie uns an.**

Unsere Google-Experten beraten Sie kostenlos
zu unseren Angeboten.

040 23 80 63 80*

Mo.–Fr. 8:00 – 17:00 Uhr

*Es gelten die Tarife Ihres Telefonanbieters.
Für die telefonische Beratung fallen keine zusätzlichen Kosten an.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

