

cima.digital erweitert Kompetenzteam

Guten Tag,

nach einiger Zeit möchte ich mich gerne mit verschiedenen Themen aus der cima.digital bei Ihnen melden. Es gibt viel zu tun, denn die andauernde Pandemie wirkt weiterhin als Beschleuniger der digitalen Weiterentwicklung in nahezu allen Bereichen unseres beruflichen und privaten Lebensumfeldes. Nicht zuletzt aufgrund der zahlreichen Herausforderungen, für deren Bewältigung wir als unterstützende Partner beauftragt werden, bin ich sehr froh Ihnen Frau Birkmann und Herrn Schleef heute als unsere Neuzugänge vorstellen zu dürfen.

Ihre Eva Gancarz
Leiterin cima.digital



Verena Birkmann, Jg. 1997, ist studierte Kulturgeographin (Bachelor of Arts). Seit Oktober 2020 absolviert sie ihr Master-Studium an der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg und wird dieses voraussichtlich im Sommer 2022 mit dem Forschungsschwerpunkt „Stadtentwicklung und Regionalentwicklung“ abschließen. Seit März 2020 unterstützt sie das Team der cima.digital und bringt hierbei ihr theoretisch erlerntes Wissen direkt in die Praxis ein. Neben dem Aufbau des Projektpools „[stadimpulse](#)“, unterstützt sie seit Beginn ihrer Tätigkeit die stetige Weiterentwicklung der [Wissensdatenbank](#) der cima.digital und ist für die Durchführung von Online-Präsenz-Checks verantwortlich.

Philipp Schleef, Jg. 1985, lebt im oberbayerischen Pfaffenhofen an der Ilm. Er arbeitete dort seit 2015 für die örtliche Wirtschaftsförderung und kümmerte sich als City-Manager um die Innenstadt und ihre Einzelhändler. Im Rahmen des Projektes Digitale Einkaufsstadt Bayern baute er einen lokalen Online-Marktplatz auf und unterstützt nun seit März 2021 das Team der cima.digital mit seinem tiefen Fachwissen aus dieser Zeit. Das Praxiswissen wird durch seinen Bachelor of Arts der Wirtschaftspsychologie mit Schwerpunkt Konsumentenverhalten und Marketing unterlegt. In kurzer Zeit hat er sich in unserem Team gut eingefunden und berät bereits verschiedene Städte und Werbegemeinschaften auf deren Weg zum Ausbau digitaler Sichtbarkeit.





Die Wissensdatenbank wächst

Die Wissensdatenbank von **cima.digital** besteht ja schon einige Jahre, doch im Pandemie-Jahr wurde bezüglich Digitalisierung der Städte offenbar ein Booster gezündet. Innerhalb der vergangenen 12 Monate haben wir 378 neue digitale City-Initiativen in unserer Wissensdatenbank aufbereitet. Damit bildet sie aktuell 544 verschiedene Projekte aus den verschiedensten Bereichen des City-Managements ab. Ob lokale Online-Marktplätze, Kundenbindungsprogramme oder andere digitale Initiativen in Städten und Regionen – die Wissensdatenbank bietet einen sehr umfangreichen Überblick.

[Klicken Sie gleich mal in die Karte und filtern Sie nach Ihren Interessen »](#)

Initiative melden

Derzeit werden 544 digitale Initiativen gezählt, 513 davon in Deutschland.

--Ansatz der Initiative--

--Werkzeuge & Services--

--Akteure & Beteiligte--

--Standortgröße--

Deutschland

--Bundesland--

Tabellenansicht | Filter zurücksetzen

+
-

Karte
Satellit

⌂

Name ^	Ansatz der Initiative	Standort v
100% Bamberg	CITY-APP [Best Practice]	Bamberg
100% Hof (Saale)	CITY-APP [Best Practice]	Hof (Saale)
700 Jahre Bochum	CITY-APP [Best Practice]	Bochum

Tipps für mehr Online-Sichtbarkeit

Google My Business ist der wichtigste lokale Branchenbucheintrag – das ist Ihnen sicherlich nicht neu. Aber wussten Sie schon, dass...

... COVID-Posts und Angebots-Posts mehr Klicks als Event-Posts und Update-Posts erhalten?

💡 Stellen Sie sicher, dass Ihr Beitrag einen Titel hat, der nicht aus Großbuchstaben besteht.

📷 Google-Beiträge, die Bilder enthalten, die keine Archivfotos sind, erhalten 5,6-Mal mehr Klicks.

😊 Google-Posts, die Emojis enthielten, erhielten doppelt so viele Klicks wie solche ohne.

🔔 Wenn Sie mehr Aktivität von Google-Beiträgen wünschen, fügen Sie einen Call-to-Action und einen Beitrag zu Sonderangeboten oder Rabatten hinzu.

[Noch bis Ende August: Holen Sie sich Ihre kostenlose Google My Business Analyse](#)

GOOGLE MY BUSINESS Bericht

Die Optimierung von Google My Business ist für alle Gewerbetreibenden der Schlüssel zu mehr Online- und somit auch zur Offline-Sichtbarkeit.

Profile
Biz Info
Categories
Photos
Reviews
Verified
Directions
Posts

CIMA Beratung + Manage...

Webseite Richtung

4.6 ★★★★★ 12 Google-bewertungen

Adresse: Taunusanlage 8, 60329 Frankfurt...

Stunden: Montag 09:00–17:00 UHR

Telefon: 0160 4590054

Bevorstehende Veranstaltungen

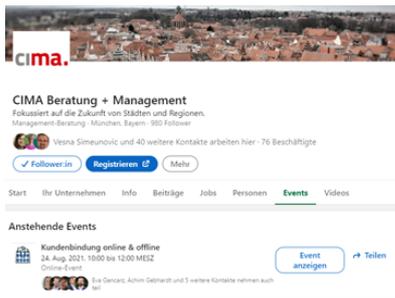
Webinar: Kundenbindung Online & Offline

Als Kundenbindungsmaßnahmen werden die Aktivitäten eines Handelsunternehmens bzw. einer Standortgemeinschaft zusammengefasst, die über eine bloße Kundenorientierung bzw. über die reine Zufriedenstellung des Kunden hinausgehen. Ziel ist es, aus Laufkundschaft Stammkund*innen zu generieren. Treue und zufriedene Stammkund*innen sind weniger preissensibel, haben einen höheren Durchschnittsbon, betreiben Mund-zu-Mund-Propaganda und sind potenzielle Cross- und Upselling-Käufer. Viele Werbegemeinschaften und Stadtmarketingorganisationen zählen die Kundenbindung daher zu ihren Kernaufgaben.

Es erwarten Sie konkrete Tipps und Beispiele sowie Anregung zu Ideen für eigene gelungene Kundengewinnung und Kundenbindung: [Melden Sie sich hier gleich an »](#)



Veranstaltungen der cima. auf LinkedIn



Entdecken Sie auf dem LinkedIn-Profil der CIMA Beratung + Management GmbH interessante Veranstaltungen und Workshops, die Ihnen wertvolle Tipps für Ihren beruflichen Alltag bieten. Auch für Vertreter aus der Wirtschaftsförderung oder dem Stadtmarketing sind inspirierende Formate zu finden.

[Folgen Sie dazu dem LinkedIn-Profil und bleiben Sie stets auf dem neuesten Stand! »](#)

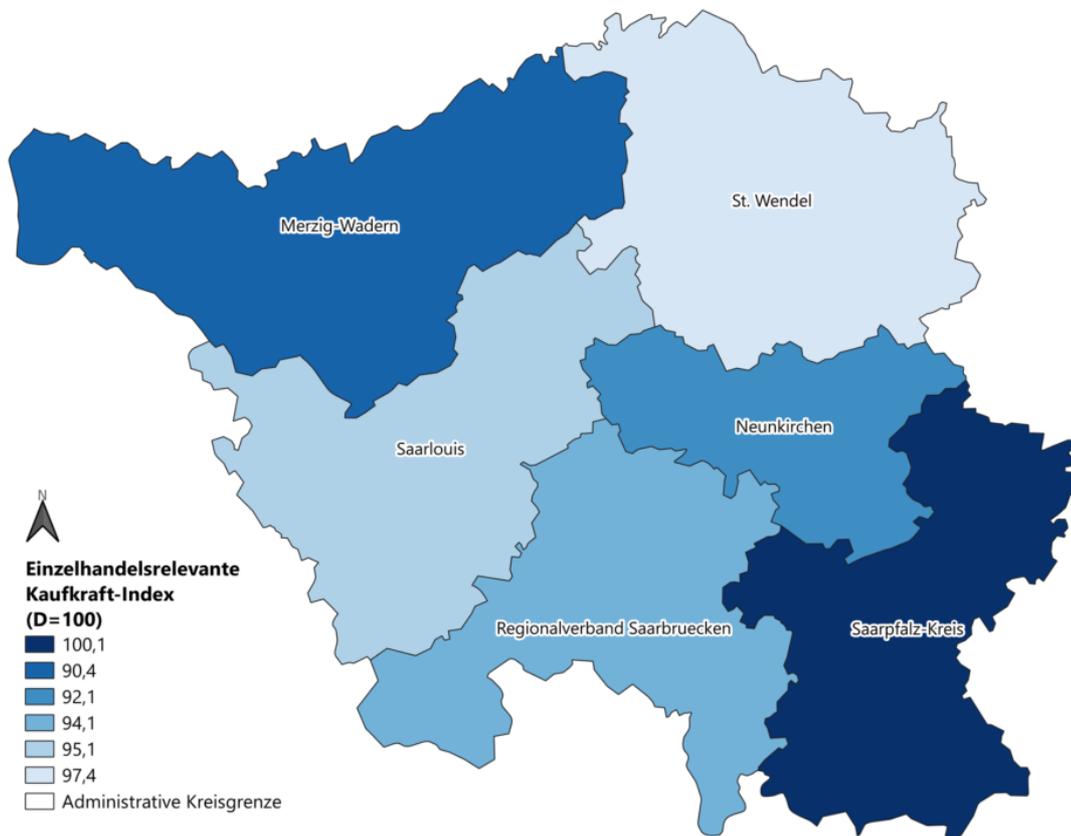


Bayern hilft seinen Händlern

Werbegemeinschaften haben ab sofort die Möglichkeit kostenfreie Sprechstunden mit einem cima-Expert*in zu vereinbaren. Schreiben Sie dafür eine formlose E-Mail an Soforthilfe@cima.de mit Ihrem Anliegen. Ein cima-Expert*in wird sich für eine Terminvereinbarung mit Ihnen in Verbindung setzen.

[Mehr zum Soforthilfe-Programm »](#)

Auswahl aktueller Projekte



Saarland 2030

Das „Zukunftskonzept für den Handel im Saarland 2030“ soll in einem moderierten Dialogprozess entstehen und Handlungsvorschläge sowie konkrete Maßnahmen für Politik und Wirtschaft enthalten.

[weitere Informationen »](#)

Gerolzhofen liegt auch digital in der Gunst der Kunden

Gerolzhofen wird digitale Einkaufsstadt: Insgesamt 30 Teilnehmer und Teilnehmerinnen nahmen an der Online-Auftaktveranstaltung zur „Digitalen Einkaufsstadt“ teil und diskutierten mit.

Die durchschnittliche Bewertung mit 4,4 von 5 möglichen Sternen auf Google zeigt, dass die Kunden mit dem Angebot der Stadt Gerolzhofen zufrieden sind. Zu diesem Ergebnis kommt die Beratungsgesellschaft cima, die im Auftrag von GerolzhofenAKTIV e.V. einen sogenannten Online-Präsenz-Check (OPC) durchgeführt hat. Hierbei wurden 242 Unternehmen aus sämtlichen Sparten betrachtet und hinsichtlich ihrer digitalen Auffindbarkeit qualitativ bewertet.

Die Auswertung ergab, dass man sich insgesamt auf einem relativ guten Level befindet, es aber beispielsweise bei der Anwendung von Google noch Möglichkeiten zum Ausbau gibt, da teilweise lückenhafte Basisinformationen vorliegen. cima-Referent Philipp Schleef erläuterte in seinem Analysevortrag Maßnahmen, mit denen sich das Potential von Google voll ausschöpfen lässt. Des Weiteren prüfte die cima Unternehmenswebseiten auf Rechtssicherheit und Aktualität und lobte dabei den mit 89% sehr hohen Anteil der Unternehmen, die auf ihrer Webseite Kontaktformulare und andere Funktionen zur Interaktion mit dem Kunden bereitstellen. Die Sichtbarkeit und Aktivität in den Social Media Portalen facebook und instagram wurde ebenso beleuchtet. Hier kam man zum Ergebnis, dass nur 48% der Gerolzhöfer Unternehmen einen eigenen Account besitzen. Ein Wert, der noch auszubauen ist. Außerdem wurde festgehalten, dass ein großflächiger sogenannter „digitaler Leerstand“ nicht festzustellen ist, jedoch einige Betriebe vor allem aus dem Bereich des Handwerks Nachholbedarf hätten.

Daniel Hausmann und Beate Glotzmann erläuterten für alle noch einmal wie es zu diesem Projekt kam und welche Ziele da-

mit verbunden sind. Im vergangenen Jahr hatte sich Gerolzhofen erfolgreich für das Förderprogramm „Digitale Einkaufsstadt Bayern“ beim Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie beworben. Mit dem Projekt will die Stadt Gerolzhofen in Kooperation mit GerolzhofenAKTIV e.V. und regionalen Partnern und Förderern eine digitale Plattform schaffen, auf der die unterschiedlichen Branchen nicht nur ihr Angebot attraktiv präsentieren, sondern sich auch viel stärker miteinander vernetzen können. Gleichzeitig sollen auch das Kultur- und Freizeitangebot einheitlich präsentiert werden. Den Auftrag für die fachliche Begleitung erhielt die CIMA Beratung + Management Agentur in Forchheim.

Digitale Sichtbarkeit verbessern

Ziele sind vor allem die „digitale Sichtbarkeit“ deutlich zu verbessern, den Bürgern und Bürgerinnen mehr Informationen mit einer höheren Transparenz bereit zu stellen, die Identifikation mit den „lokalen Betrieben und Angeboten“ zu erhöhen, insgesamt das Image der Stadt zu verbessern, mit mehr öffentlichem WLAN die Aufenthaltsqualität in der Stadt zu verbessern und

schließlich weitere Angebote wie Online-Shop oder Gutscheinkauf mit der Plattform zu verbinden.

Bürgermeister Thorsten Wozniak ist überzeugt, „dass die Stadt Gerolzhofen mit dem neuen Digitalen Marktplatz mit all seinen Angeboten als Mittelzentrum im Ländlichen Raum wettbewerbsfähig bleibt: Aktuell sind wir beliebtes Handels- und Wirtschaftszentrum der Region. Wir wollen auch fit für die Zukunft sein.“

Abstimmung zu Inhalten des Anforderungskataloges

Zum Ende der digitalen Veranstaltung kam es dann noch zur Abstimmung über die Inhalte des Anforderungskataloges und über die Themen der in naher Zukunft stattfindenden Schulungsworkshops. Mittels der Webanwendung konnten die Teilnehmer über Inhalts- und Funktionsumfang einer möglichen Plattform entscheiden. Dabei wurde klar, dass es den Beteiligten wichtig ist, die Inhalte übersichtlich und transparent bei einfacher und intuitiver Steuerung darzustellen. Als wichtiges inhaltliches Ziel wurde die Aufwertung des Images identifiziert und dass die Steigerung der Bekanntheit der Einkaufsstadt Gerolzhofen im Fokus stehen sollen. Um diesen Weg zu beschreiten und auch die Unternehmer fit für die bevorstehenden Aufgaben zu machen, entschied man sich für Schulungsthemen aus dem digitalen Bereich, wie beispielsweise „Digitales Marketing“ oder „Moderne lokale Kundenbindungsinstrumente“. □

Digitale Einkaufsstadt Gerolzhofen

Gerolzhofen wird digitale Einkaufsstadt. cima.digital führte hierzu einen Online-Präsenz-Check mit 242 Unternehmen durch. Die Ergebnisse wurden ausgewertet und in Workshops u.a. Handlungsempfehlungen erarbeitet.

[Projektseite aufrufen »](#)



Qualitätsoffensive Erlangen

Das Erlanger Gewerbe fit für die Zukunft zu machen – das ist eine der wichtigsten Aufgaben des durch die cima. geleiteten Quartiersmanagements Innenstadt. In Zeiten von Lockdown und Onlineshopping soll der inhabergeführte Einzelhandel Unterstützung erhalten, um weiterhin für seine Kunden sichtbar und attraktiv zu bleiben.

[Zum Quartiersmanagement Erlangen »](#)

Karriere: Werkstudent*in cima.digital



cima.
klug entscheiden
kraftvoll handeln
neues wagen

Werkstudent*in cima.digital

Wird diese Nachricht nicht richtig dargestellt, klicken Sie bitte [hier](#).

CIMA Beratung + Management GmbH
Briener Str. 45
80333 München, Deutschland
089 55118 154

newsletter@cima.de
www.cima.de

CEO: Geschäftsführer: Roland Wölfel Register: Amtsgericht
München HRB 85796 Tax ID: DE129314570