



Eine der meist genutzten Funktionen von mobilen Kunden ist die (lokale) Suche. Suchmaschinen verzeichnen daher einen starken Zuwachs um bis zu 150 Prozent an ortsbezogenen Suchanfragen nach Händlern und Dienstleistern “in der Nähe”. Daher ist es auch für stationäre Händler enorm wichtig, mobil gut auffindbar zu sein.

Um in diesen „Mobile Moments“ beim Kunden präsent zu sein, reicht es nicht aus, nur mobil-optimierte Webseiten zu haben. Diese Webseiten und alle Unternehmensdaten müssen gut auffindbar und nutzbar sein. Hierfür stehen Händler verschiedene Plattformen zur Verfügung.

Die Online Presence Management Plattform uberall hat einige wichtige Zahlen dazu in einer Infografik zusammen gefasst.

