Ausgabe 1/2017 – market port GmbH – www.marketport.de

# BANK & FINANCE

## DIGITALAGENTUR FÜR BANKEN UND SPARKASSEN

### GOOGLE ADWORDS
Sichtbar sein, wenn Nutzer nach Ihren Produkten oder Dienstleistungen suchen

### DIE MACHT DER BEWERTUNGEN
Mehr Aufmerksamkeit für Ihre Suchergebnisse in den Suchmaschinen

### GEOFENCING
Gezielt Werbekampagnen schalten mit der Geofencing-Technologie

# IMMOBILIENPORTAL & BAUFINANZIERUNG

2 **market port GmbH**
Vorwort, Inhaltsverzeichnis, Impressum und Mitarbeiter

4 **Google Adwords**
Zertifizerter Google Partner

6 **Die Macht der Bewertungen**
Kundenmeinungen und Suchmaschinenoptimierung

8 **Baufinanzierungs Landingpage**
Volksbank Stade-Cuxhaven eG

10 **Immobilienportal**
im Responsive Design

12 **Conversion Optimierung**
A- und B-Test

14 **Geofencing**
Zielgenau Neukunden erreichen

15 **Neuvorstellungen Mitarbeiter**
Charlotte Gebing und Victoria Johansson

16 **Unsere offenen Stellen**
Was wir suchen und bieten


# LIEBE LESER, LIEBE LESERINNEN,

manchmal entscheidet man einfach „aus dem Bauch heraus“. Man verlässt sich auf sein gutes Gefühl. Doch wussten Sie, dass dieses Gefühl alle Ihre Entscheidungen beeinflusst? Dass es allein die Emotionen sind, die unser Handeln bestimmen? Eine Erkenntnis, die sich besonders auf Werbung und Marketing auswirkt. Nach dem großen Erfolg unserer ersten Ausgabe “bank&finance”, wollen wir Ihnen wieder neue spannende Marketingideen bieten. Diesmal legen wir den Fokus vor allem auf kreative Mehrwertleistungen! Hier zeigen wir Ihnen Möglichkeiten Kunden kostengünstig zu binden oder Neukunden zu gewinnen.

**TIM SCHLAUTMANN**
CEO market port GmbH

# „MIT EINER HAND LÄSST SICH KEIN KNOTEN KNÜPFEN.“

*– Sprichwort aus der Mongolei*

Nur wer Erfahrung in der Branche hat und sich mit den Feinheiten auskennt, kann seine Kunden optimal beraten. Wir verstehen uns daher als eine Spezialagentur im Finanzdienstleistungssektor. Viele unserer Dienstleistungen haben wir speziell für diese Branche entwickelt und stetig optimiert. Im Fokus stehen hier insbesondere regionale Banken und mittelständische Finanzdienstleister.

Wir haben festgestellt, dass es keine leistungsstarke Full-Service-Agentur gibt, die sich auf diese Branchen spezialisiert hat. Dabei stellen besonders jene Branchen einen hohen Anspruch an das Marketing. Wir wollten mit der market port diese Lücken schließen und dies ist uns bisher gelungen. Wir gehen speziell auf die Wünsche des Finanzsektors und dessen Kunden ein, bieten unseren Kunden ein großes Know-how und bilden uns stetig weiter.

Genau wie bei Ihnen ist uns die persönliche Betreuung unserer Kunden besonders wichtig. Deswegen wollen wir Ihnen zukünftig noch näher sein und vergrößern uns. Wir begrüßen Charlotte Gebing als Art Director und unsere neue Junior Developerin Victoria Johansson, mehr dazu lesen Sie auf Seite 15. Außerdem verstärken uns seit August 2017 zwei neue Auszubildende, die wir Ihnen in der nächsten Ausgabe vorstellen möchten.

MARKET PORT.DE


**Impressum**

**market port GmbH**
Ihre Digitalagentur für Banken und Sparkassen

Splieterstraße 27
48231 Warendorf
Deutschland

**Tel.** +49 (0)2581 7894-553
**Fax** +49 (0)2581 7894-573
info@marketport.de
www.marketport.de

Bilder: fotolia.de, freepik.com



**Tim Schlautmann**
**CEO**
schlautmann@marketport.de

**Paul Treubrodt**
**Head of Development**
treubrodt@marketport.de

**Marvin Sengera**
**Senior Developer**
sengera@marketport.de

**Victoria Johansson**
**Junior Developer**
johansson@marketport.de

**Katharina Lütjen**
**Backoffice**
lütjen@marketport.de

**Sabine Bexte**
**Buchhaltung**

**Alina Berghaus**
**Online Marketing Specialist**
berghaus@marketport.de

**Charlotte Gebing**
**Art Director**
gebing@marketport.de

**Wiebke Scharpenberg**
**Angehende Mediengestalterin**
scharpenberg@marketport.de

**Janine Hanke**
**Grafikdesign**
hanke@marketport.de

**Lisa Tresp**
**Angehende Kauffrau für Marketingkommunikation**
tresp@marketport.de

# Seien Sie sichtbar, wenn Nutzer nach Ihren Produkten oder Dienstleistungen suchen!

### Vorteile von Google AdWords

Mit Google Anzeigen bieten sich viele effektive Möglichkeiten, um verschiedenste Unternehmensziele zu erreichen. Sie können neue Websitebesucher gewinnen, mehr Anrufe erhalten, Onlineverkäufe steigern oder wiederholt das Kundeninteresse wecken. Durch die gezielte Ausrichtung werden Nutzer angesprochen, die sich mit großer Wahrscheinlichkeit für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung interessieren. Dabei können Sie global oder lokal werben. Sie entscheiden, in welcher Region, Stadt oder Umkreis Ihre Werbung ausgespielt werden soll.

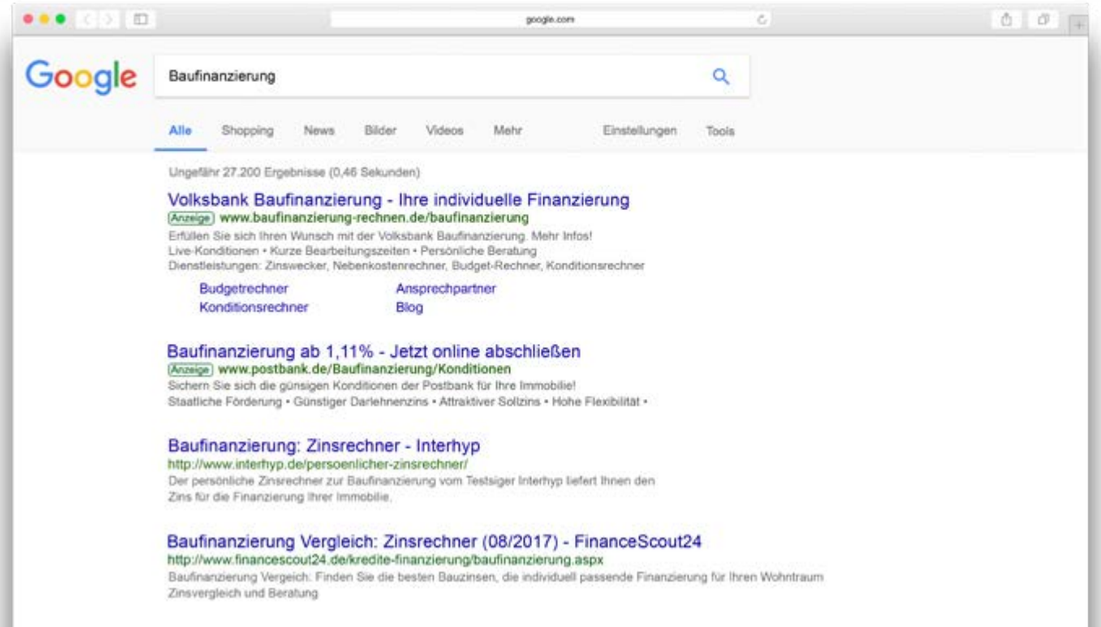
Der wichtigste Vorteil von Google Werbung ist die Zielgruppenansprache. Statt wie bei Printwerbung breit gestreut zu werben, können wir mit AdWords ganz genau Ihre Zielgruppen ansprechen. Dabei werden Ihre Anzeigen nur geschaltet, wenn der Kunde entweder bestimmte Suchbegriffe bei Google eingibt oder wenn er mit bestimmten Ausrichtungskriterien übereinstimmt (Alter, Geschlecht, Interessen,...).

Google Werbung ist viel zu teuer? Nicht direkt, denn Sie bestimmen, wie viel Budget Sie investieren wollen und dabei sind Sie ganz flexibel. Das Werbebudget lässt sich jederzeit anpassen und Sie bezahlen nur, wenn Nutzer mit Ihren Anzeigen interagieren. Sämtliche Impressionen[1] sind kostenfrei.

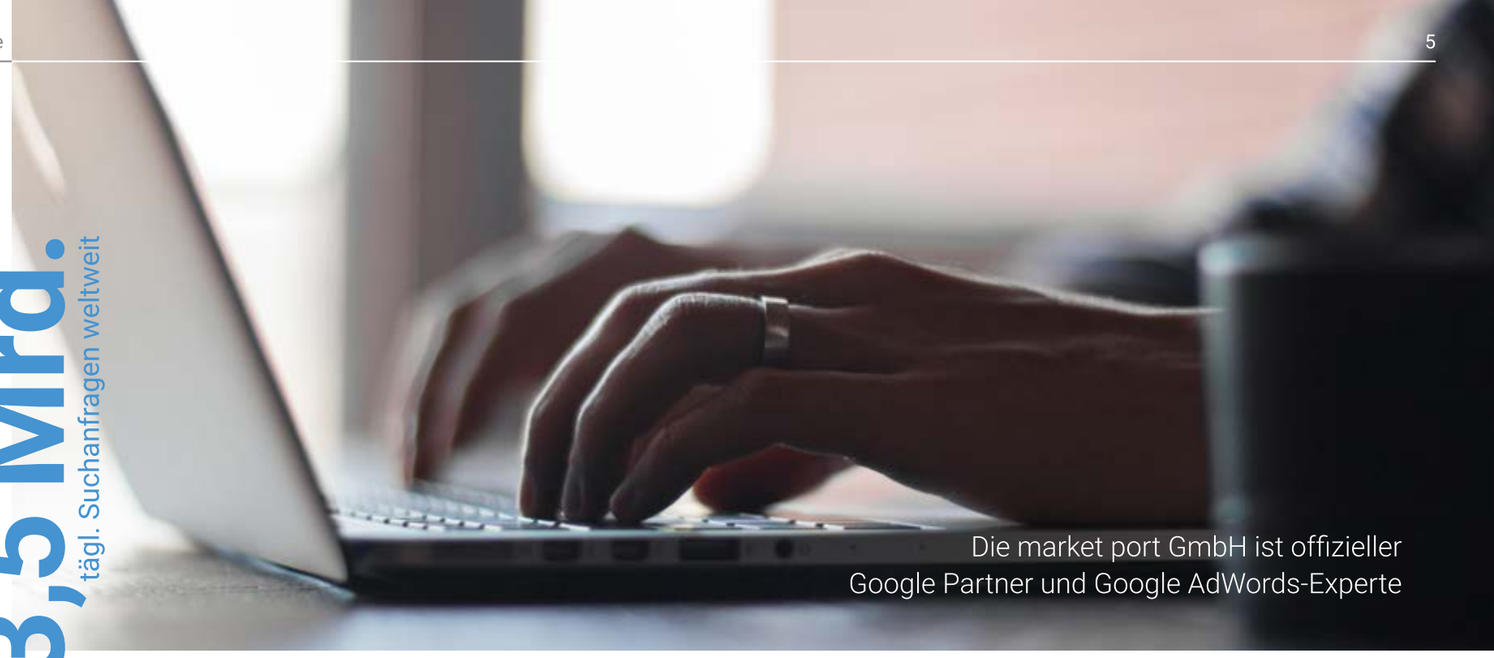
Während der Kampagnenlaufzeit werden verschiedenste Daten und Messwerte genau analysiert. Durch die gewonnenen Informationen und den darauffolgenden Optimierungen, holen wir das beste aus Ihrer Kampagne raus.

[1] Impressionen = Anzahl, wie oft die Anzeige geschaltet bzw. angezeigt wurde

## Suchanfragen tragen bei **68%** der Konsumenten wesentlich zur Kaufentscheidung bei




**3,5 Mrd.** tägl. Suchanfragen weltweit



Die market port GmbH ist offizieller Google Partner und Google AdWords-Experte

### Google Partner Gütesiegel

Am Gütesiegel erkennen Sie zertifizierte AdWords-Agenturen, zu denen auch die market port GmbH gehört. Hier profitieren Sie von einem besonderen Qualitätsstandard und geprüfter Expertise.

# Es gibt noch viel mehr zu entdecken!

### Google Displaynetzwerk

Das Google Displaynetzwerk umfasst mehr als zwei Millionen Websites. Durch unterschiedliche Anzeigenformate, wie Bildanzeigen, HTML5-Anzeigen, Videoanzeigen oder auch Textanzeigen, können so über 90% der Internetnutzer weltweit erreicht werden.

### Google Shopping

Durch Shopping-Anzeigen bekommen Nutzer die Möglichkeit, Ihre Produkte schnell und einfach zu finden. Im Vergleich zu Textanzeigen, die an der gleichen Position geschaltet werden, können Sie so mehr potenzielle Käufer erreichen und die Anzahl der Klicks erhöhen.

### Google Analytics

Mit dem Tracking von Google Analytics werden alle wichtige Kennzahlen Ihrer Website gemessen. Sie bekommen die Chance, das Verhalten der Nutzer bzw. Ihrer Kunden kennenzulernen und Ihre Website dementsprechend zu optimieren.

### YouTube Videowerbung

Jeden Monat sehen sich über 1 Milliarde Nutzer mehr als 6 Milliarden Stunden Videos an. Durch die Werbung auf YouTube können Sie die gewünschte Zielgruppe ganz einfach erreichen und dabei eine Verbindung zu Ihren Zuschauern herstellen.

### Google MyBusiness

Mit den Einträgen bei Google MyBusiness, die rechts neben den Suchergebnissen zu sehen sind, können Sie mehr Informationen zu Ihrem Unternehmen bereitstellen. Sie bieten den Nutzern damit die Möglichkeit, Sie immer und überall zu finden und Sie auf Wunsch schnell und einfach kontaktieren zu können.

## Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch, um das optimale Ergebnis für Ihre Bank und/oder Sparkasse zu erzielen.

Zertifiziert für Bing Ads

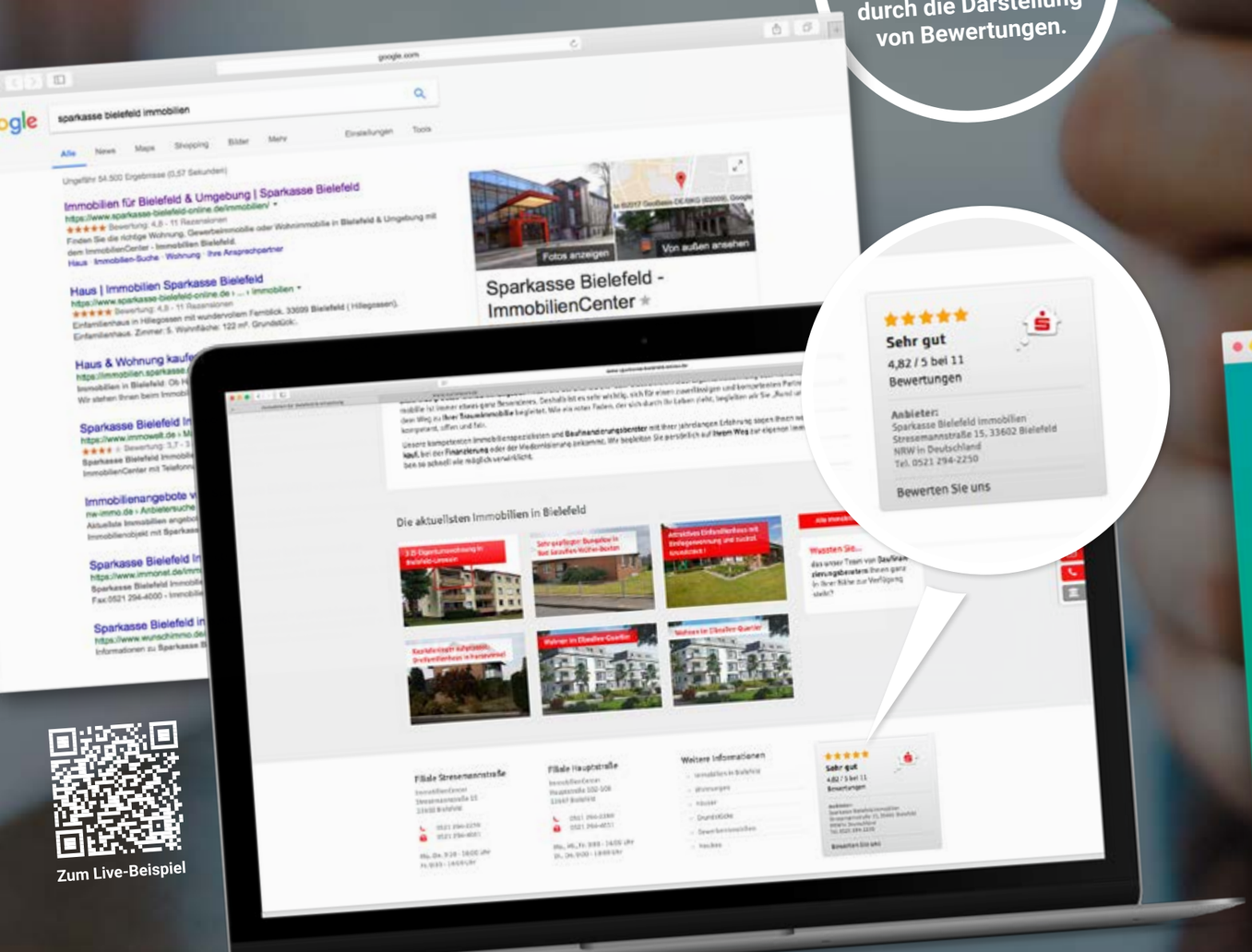
Ansprechpartnerin
**Alina Berghaus**
Online Marketing Specialist
berghaus@marketport.de

RICH SNIPPET REVIEWS

# DIE MACHT DER BEWERTUNGEN

Bieten Sie Ihren Kunden die Möglichkeit direkt und nicht über Dritt-Anbieter zu bewerten. Generieren Sie in den Suchergebnissen eine höhere Aufmerksamkeit und optimieren Sie somit auch die organische Conversation.

**Mehr Aufmerksamkeit für Suchergebnisse in den Suchmaschinen durch die Darstellung von Bewertungen.**




Zum Live-Beispiel

## WEITERE FUNKTIONEN

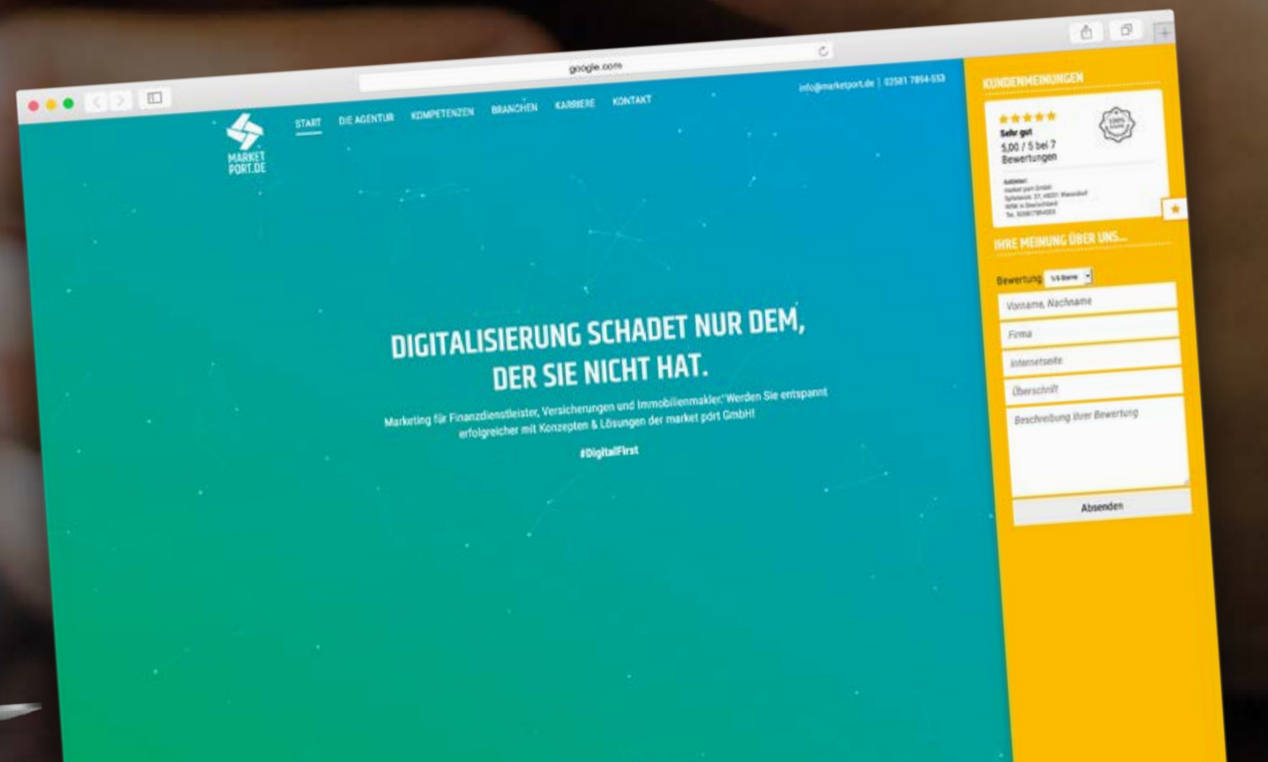
- Ausgabe der letzten 10 Bewertungen je Übersichtsseite
- Ausgabe der Zusammenfassung aller Bewertungen
- Individualisierung des Siegels: Setzen Sie Ihr eigenes Siegel in der Zusammenfassung ein
- Kommentarfunktion: Reagieren Sie auf Kundenmeinungen
- Angabe der Quelle: Verwendung von Kundenbewertungen aus anderen Portalen möglich
- Erfassung der Bewertungen per Kontaktformular
- Manuelle Erfassung von Bewertungen
- und vieles mehr...

Ansprechpartner
**Paul Treubrodt**
Head of Development
treubrodt@marketport.de
oder direkt zur Webseite
www.oneplusrate.de

**Jahreslizenz**

**349€**

49€ einmalige Einrichtungsgebühr
zzgl. MwSt. je Lizenz inkl. Updates



# BESTPRACTISE

Volksbank Stade-Cuxhaven eG

## Baufinanzierung der Volksbank Stade-Cuxhaven eG mit GENOPACE Einbindung Interview mit **Jens Drexler**

**Sie sind eine der großen Volksbanken in Niedersachsen, wie wichtig ist das Thema „Baufinanzierung" für Ihre Bank?**
Das Thema Baufinanzierung hat für die Volksbank Stade-Cuxhaven einen hohen Stellenwert. Im Rahmen der Umsetzung der Genossenschaftlichen Beratung haben wir unsere Positionierung nicht nur in Bezug auf den Beratungsprozess überarbeitet, sondern zusätzlich unseren medialen Marktantritt neu ausgerichtet. In der Niedrigzinsphase lassen sich im Geschäftsfeld Baufinanzierung immer noch gute Deckungsbeiträge erwirtschaften.

**Was hat Sie dazu bewogen, eine externe Landingpage zu diesem Thema aufzubauen und vom Webcenter wegzugehen?**
Natürlich haben wir das Thema Baufinanzierung auch ausführlich auf unserer Homepage mit Webcenter und WebBank+ positioniert (vobaeg.de). Als zentralen Anlaufpunkt im Internet haben wir eine moderne und mobil optimierte Landingpage aufgebaut. Dieser Entscheidung lagen mehrere Überlegungen zu Grunde. Auf der einen Seite war es uns wichtig, eine zentrale Landingpage für alle medialen Werbeformen zu haben. Auf der anderen Seite wollten wir nicht nur aktuelle Konditionen und allgemeine Informationen ins Netz stellen. Vielmehr war es uns wichtig, für Finanzierungsinteressenten immer wieder Impulse zu geben, unsere Seite (baufinanzierung-rechnen.de) zu besuchen. Aus diesem Grund haben wir uns für die Initiierung eines Baufinanzierungs-Blogs mit Newsletterfunktion entschieden. Das hat uns besonders bei der regionalen Positionierung bei Google geholfen. Weiterhin haben wir den Zinswecker entwickelt. Mit dem Zinswecker können Finanzierungsinteressenten ihren Wunschzins und ihre bevorzugte Zinsbindung für ihre Finanzierung eingeben. Wird der Wunschzins erreicht, erhält der Nutzer per SMS oder per E-Mail eine Information. Besonders wichtig war uns, dass die Landingpage auf mobilen Endgeräten perfekt funktioniert. Für uns war es wichtig festzustellen, welche Möglichkeiten und Chancen eine separate Landingpage bietet. Mit dem Ergebnis sind wir zufrieden. Aktuell arbeiten wir an der Weiterentwicklung und Optimierung der Seite.

**Welche Marketing-Kanäle nutzen Sie für den Vertrieb und die Wahrnehmung der Landingpage?**
Ich bin davon überzeugt, dass Marketing- und Vertriebsmaßnahmen heute im Rahmen der Kommunikation crossmedial gedacht und umgesetzt werden müssen. Aus diesem Grund haben wir uns intensiv mit den unterschiedlichen Kundenkontaktpunkten des Geschäftsfeldes Baufinanzierung beschäftigt. Unsere Offline-Medien haben wir neu gestaltet und konkret auf die Möglichkeiten unserer Landingpage ausgerichtet. Der Schwerpunkt unserer Maßnahmen liegt im Onlinebereich. Basis ist eine kontinuierliche Werbepräsenz bei Google. Unsere Blogartikel unterstützen wir mit einer gezielten Positionierung auf Facebook und einer Information per Newsletter. Hotspots für Immobilienerwerber versehen wir zielgerichtet mit einer „Geofencing-Markierung". Mit Geofencing können in einem geografisch festgelegten Bereich gezielt Werbemaßnahmen an Smartphones gesendet werden. Diese relativ neue Werbeform nutzen wir bei Neubaugebieten, Musterhausparks, Baumärkten etc.. Abgerundet werden die Maßnahmen durch unser Filial-TV, die SB-Werbung und Zielgruppenveranstaltungen.

**Wie wichtig sind im heutigen Zeitalter der Digitalisierung Online-Abschlussstrecken?**
Digitale, komplexitätsreduzierte Kontakt- und Abschlussstrecken sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für qualitativ hochwertige Leads. Dabei ist es wichtig, es dem Interessenten so einfach wie möglich zu machen. Das gilt besonders für die mobilen Endgeräte. Ich glaube, hier haben wir noch Luft nach oben. Für den Nutzer sollten wenige Klicks reichen, um das Formular abzusenden. Wichtig ist auch, diesen Prozess bis zum Ende zu denken. Was passiert, wenn der Impuls bei der Bank eingeht? Wer macht den Erstkontakt? Wie erfolgt die Terminierung beim Berater? Welche Informationen erhält der Interessent vor, während und nach dem Beratungsgespräch? Diese Punkte sollten im Vorwege geklärt und als klare Abläufe definiert werden.

**Was würden Sie einer Bank die erst angefangen hat sich mit dem Thema zu beschäftigen, für den Einstieg empfehlen?**
Zuerst sollte die Bank ihre Positionierung zum Thema Baufinanzierung strategisch und operativ klären. Dann sollten die Prozesse in allen Bereichen (Kontakt, Terminvereinbarung, Beratung etc.) kundenorientiert optiert werden. Jetzt würde ich mich mit der werblichen Positionierung beschäftigen. Dabei kommt den Kundenkontaktpunkten eine wichtige Bedeutung zu. Hier ist individuell zu prüfen, welche das im Einzelfall sind. Grundsätzlich bin ich davon überzeugt, dass Google-Werbung Pflicht ist. Am Anfang würde ich mit einem Einstiegsbudget starten und Erfahrungen sammeln. Also Schritt für Schritt Erfahrungen sammeln und nicht alles auf einmal anfangen. Wichtig ist auch, eine gewisse Kompetenz im eigenen Hause aufzubauen. Das erleichtert die Zusammenarbeit mit den Dienstleistern.

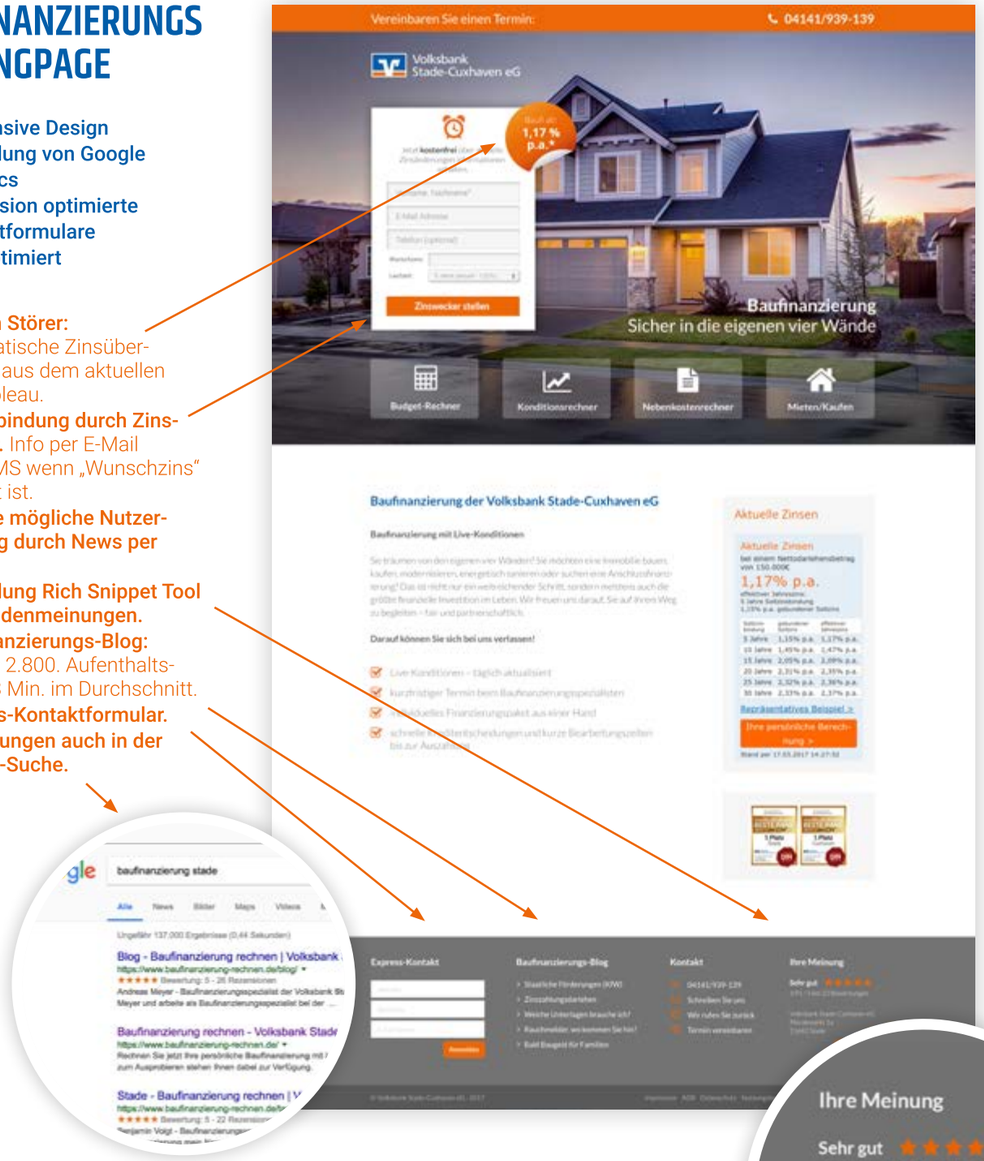
**Möchten und können Sie uns zum guten Schluss einen kleinen Einblick in die Kosten des Projektes geben?**
Sehr gerne. Das Mediabudget für das Geschäftsfeld Baufinanzierung belief sich 2016 auf 15.000 Euro...

Das komplette Interview lesen Sie online unter **www.marketport.de/baufi**

## BAUFINANZIERUNGS LANDINGPAGE

- ✔ **Responsive Design**
- ✔ **Einbindung von Google Analytics**
- ✔ **Conversion optimierte Kontaktformulare**
- ✔ **SEO optimiert**

- ✔ **Zins im Störer:** Automatische Zinsübernahme aus dem aktuellen Zinstableau.
- ✔ **Nutzerbindung durch Zinswecker.** Info per E-Mail oder SMS wenn „Wunschzins" erreicht ist.
- ✔ **Weitere mögliche Nutzerbindung durch News per E-Mail.**
- ✔ **Einbindung Rich Snippet Tool für Kundenmeinungen.**
- ✔ **Baufinanzierungs-Blog:** Aufrufe 2.800. Aufenthaltsdauer 3 Min. im Durchschnitt.
- ✔ **Express-Kontaktformular.**
- ✔ **Bewertungen auch in der Google-Suche.**




Bereits im neuen Layout (noch nicht final veröffentlicht)

## GOOGLE ADWORDS

Nutzer finden Ihr Unternehmen genau dann bei Google, wenn sie nach Ihren Produkten oder Dienstleistungen suchen.
**Beispiel:** Ein Nutzer sucht bei Google nach dem Keyword (Suchbegriff) „Baufinanzierung". Über den organischen Suchergebnissen erscheint passend dazu eine Anzeige. Der Nutzer klickt auf die Anzeige und wird so auf die Website geleitet.

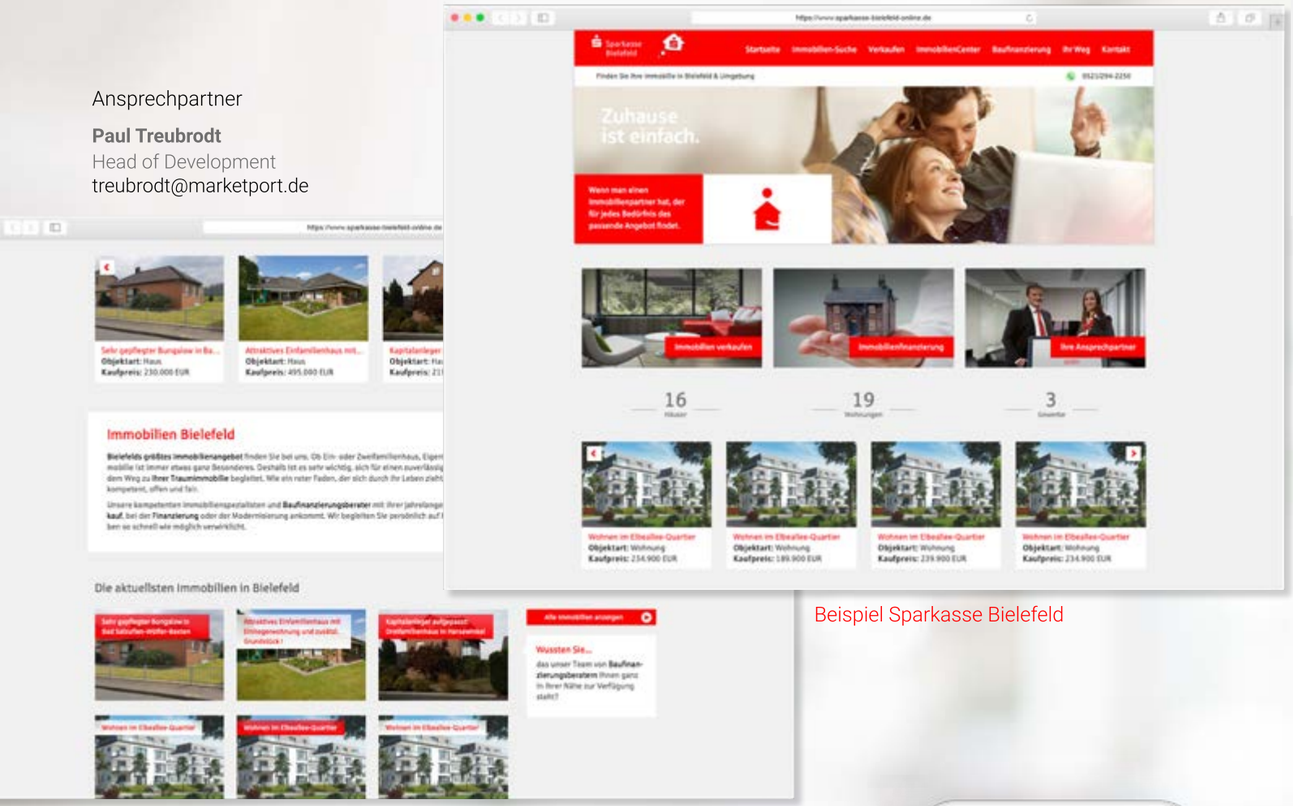
Erweiterung mit Zusatzinformationen
Snippet-Erweiterung
Sitelink-Erweiterung

# Ihr Immobilienportal im Responsive Design

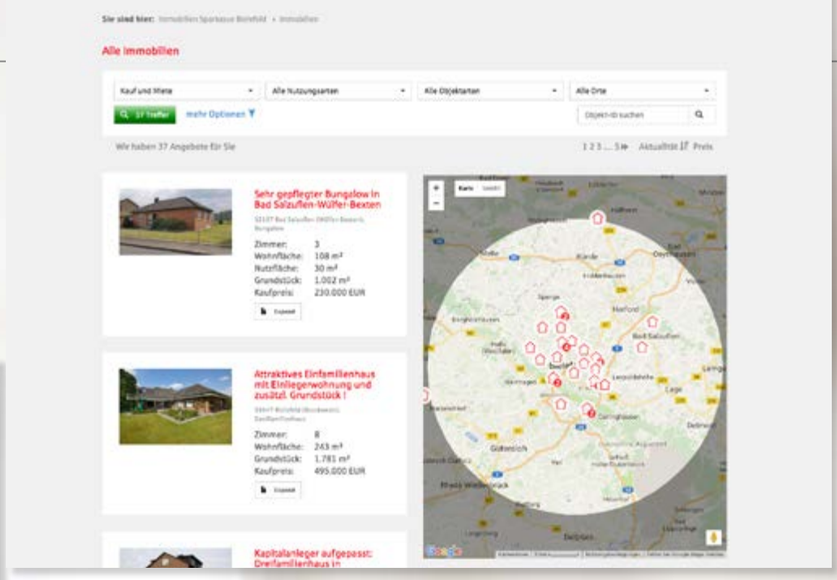
## mit direkter Schnittstelle zu Ihrer Maklersoftware

Ansprechpartner

**Paul Treubrodt**
Head of Development
treubrodt@marketport.de




Beispiel Sparkasse Bielefeld

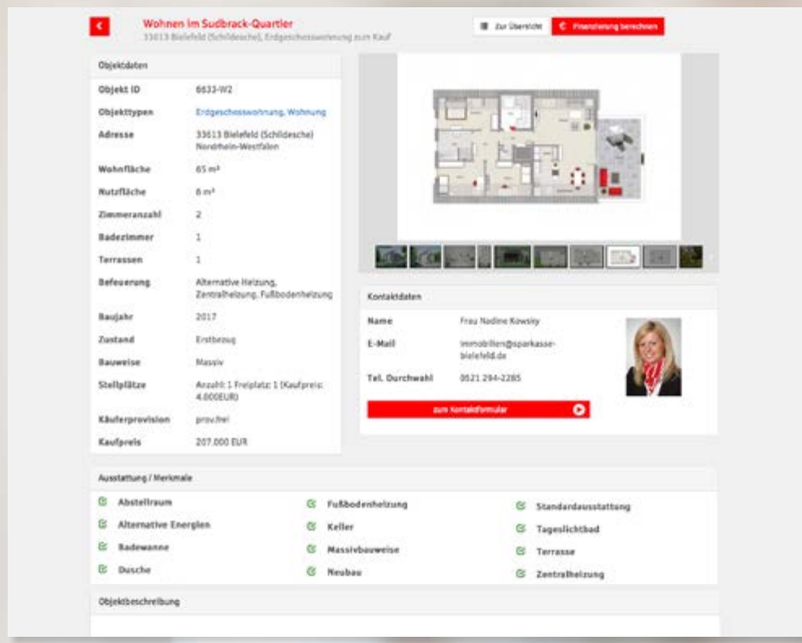



**Die Immobilien-Suche können wir nach Ihren Wünschen optional anpassen**

- ✔ Freie Gestaltung der Ergebnislisten
- ✔ Übersicht auf der GoogleMaps Karte möglich
- ✔ 1- oder 2-spaltig
- ✔ Merkzettel für Objekte
- ✔ Kunde wird per E-Mail über neue Objekte informiert

**Analog der Immobilien-Suche können wir das Exposé individuell anpassen**

- ✔ Übersichtliche Objektdaten
- ✔ GoogleMaps Umgebungskarte in der Exposé Ansicht
- ✔ Einbindung des Energieausweises
- ✔ Direkte Kontaktmöglichkeiten
- ✔ Kontaktformular
- ✔ Call-to-Action-Buttons zur Immobilienfinanzierung




**Alle Vorteile auf einen Blick**

- ✔ Ein mobiles Immobilienportal in Ihrem CI (Responsive)
- ✔ Automatisierter Import Ihrer Objekte mittels Schnittstelle
- ✔ Unabhängig von Ihrer Maklersoftware (mittels OpenImmo Standard)
- ✔ Kontaktanfragen werden direkt in Ihre Maklersoftware importiert
- ✔ Absolut Conversion orientiert
- ✔ Individuell anpassbar (Design und Funktion)
- ✔ SSL-Verschlüsselt
- ✔ SEO optimiert
- ✔ Toolbox
- ✔ Exit Intent Modal (auf Wunsch möglich)
- ✔ Werbung im Portal (auf Wunsch möglich)

**Auf dem Smartphone**

- ✔ Verschiedene mobile Ansichten
- ✔ Conversion optimiert – Direktanfrage
- ✔ Eingabefelder sind auf die jeweiligen Tastaturen optimiert

**Eine Auswahl unserer Referenzen:**

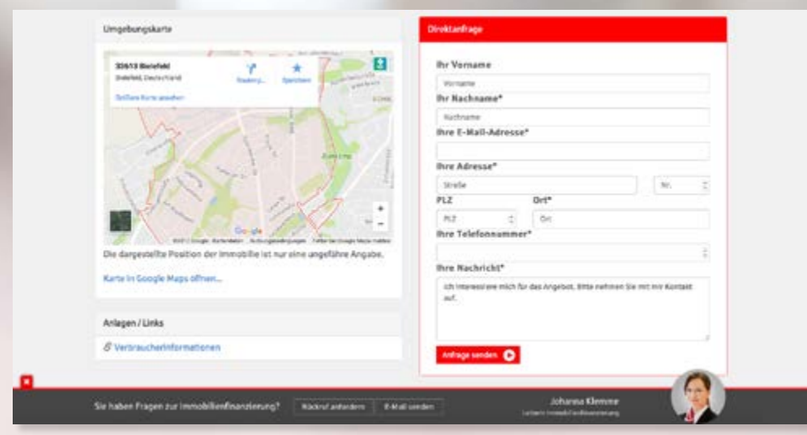
**Sparkasse Bielefeld**
www.sparkasse-bielefeld-online.de/immobilien

**Sparkasse Hochsauerland**
www.immobilien.sparkassehochsauerland.de

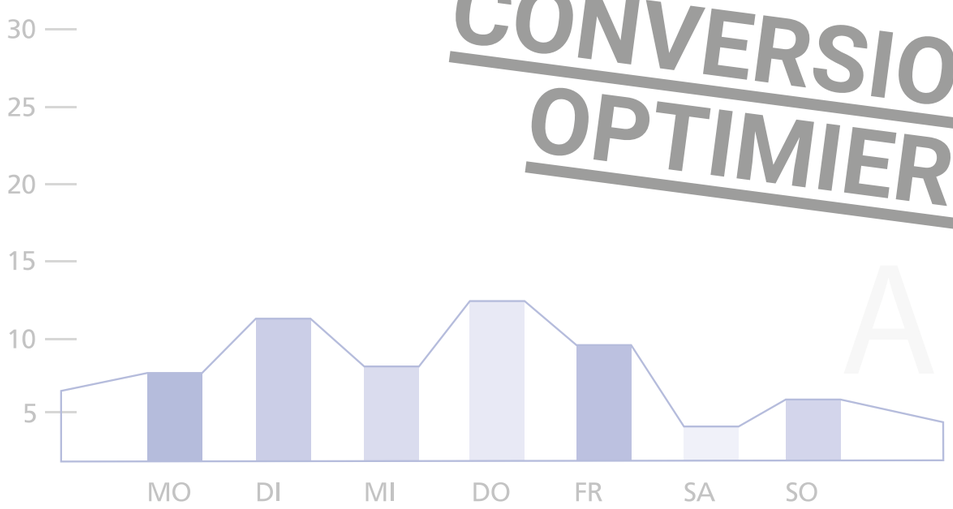
**Landessparkasse zu Oldenburg**
**LzO ImmobilienService**
www.lzo-immobilien.com

**Volksbank Stade-Cuxhaven**
www.stade-cuxhaven.immobilien

**Sparkasse Paderborn-Detmold**
www.s-immobilien-gmbh.de

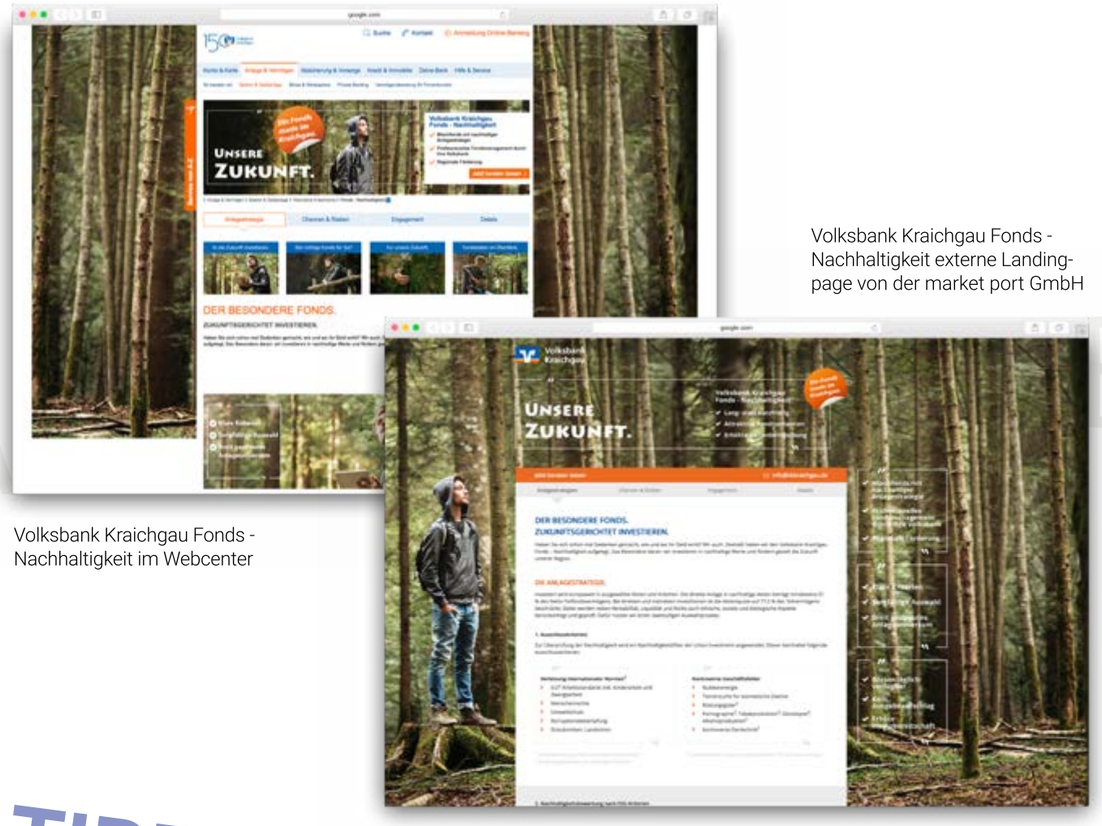


# CONVERSION OPTIMIERUNG




## Verplempern Sie noch Budget oder optimieren Sie schon?

**Kennen Sie noch das Geräusch eines Modems, wenn es Sie damals mit dem Internet verbunden hat?** Sie sind richtig in der Annahme, dass eine Seite aus dieser Zeit deutlich weniger Konvertierungen generieren würde, als eine Seite aus dem Jahr 2017. Das Nutzerverhalten untersteht einem stetigen Wandel. Kommen Sie diesem Wandel entgegen und versuchen Sie die Aufmerksamkeit auf wesentliche Dinge zu lenken.
Mit einer Conversion Optimierung verbessern Sie die Performance Ihrer Landingpage, damit die Besucher die von Ihnen gewünschten Aktionen ausführen. Das kann ein Anruf, das Ausfüllen eines Kontaktformulars oder ganz klassisch die Bestellung bzw. der Produkt-Abschluss sein. Mit der Optimierung Ihrer Seite/Landingpage generieren Sie mehr Konvertierungen und erzielen damit mehr Umsatz ohne das Werbebudget zu erhöhen.




Volksbank Kraichgau Fonds - Nachhaltigkeit externe Landingpage von der market port GmbH

Volksbank Kraichgau Fonds - Nachhaltigkeit im Webcenter

## TIPP:

Sie kennen es sicherlich… Sie landen auf einer Seite und ein PopUp ploppt auf. Die Statistik zeigt jedoch, dass bei cleverem Einsatz (Verwendung von Cookies, richtiger Zeitpunkt, Inhalt PopUp, …) die Conversion-Statistik nach oben schnellen kann. Überdenken Sie Ihre Einstellung zum Einsatz von PopUps ggf. noch einmal. **Wichtig: Weniger ist mehr!**

Ansprechpartner

**Paul Treubrodt**
Head of Development
treubrodt@marketport.de

## Wie ist die Vorgehensweise?

**Bevor Sie loslegen…**
…sollte das Thema Tracking kein neues sein. Sie benötigen diese Daten, um am Ende eine Auswertung erstellen zu können.

**Schritt 1: Ziele setzen**
Setzen Sie sich für Ihre Optimierungsmaßnahme realistische Ziele. Bleiben Sie dabei auf dem Boden der Tatsachen, denn eine winzige Änderung an Ihrer Landingpage oder Website bedeutet noch lange keinen Zuwachs von 100% Ihrer Konvertierungen!

**Schritt 2: Konzept erstellen**
Sollten das Thema für Sie noch neu sein, finden Sie im Internet viele Informationen zu Optimierungsmaßnahmen, bei denen es nicht um Vermutungen, sondern statistisch belegbare Maßnahmen geht. Beachten Sie jedoch, dass es je Thematik, deutliche Abweichungen geben kann. Nicht jede Zielgruppe verhält sich exakt gleich!
Beginnen Sie zunächst mit der Erstellung eines Konzepts, welches die Maßnahmen Ihrer möglichen Optimierungen auflistet. Überlegen Sie sich zunächst, welche Maßnahmen Sie von den Ihnen notierten umsetzen wollen. Planen Sie für die Testphase genügend Zeit ein, um Daten für die Analyse sammeln zu können.

**Schritt 3: Analysieren**
Nach erfolgreicher Umsetzung sollten Sie unbedingt Zeit für die Analyse einplanen. Ihnen bringen die besten Optimierungsmaßnahmen langfristig nichts, wenn Sie nicht wissen, wie sich Ihre Konvertierungen nach Umstellung entwickelt haben!

# ZIELGENAU NEUKUNDEN ERREICHEN

**Verzichten Sie auf große Werbeschilder in Baugebieten, erreichen Sie Ihre Kunden zielgenau mit einer Pushnachricht auf das Smartphone**
Geofencing bezeichnet das automatische Auslösen einer Aktion durch das Überschreiten oder Verlassen einer gedachten Begrenzung. Der Kunde muss eine bestimmte App und die Ortungsdienste aktiviert haben.

**Beispiel I.** Personen in einem Baugebiet oder in der Nähe von unbebauten Grundstücken in beispielsweise Warendorf erhalten eine Push-Nachricht zur Baufinanzierung der Volksbank Musterstadt. Der Smartphone-Nutzer kann noch vor Ort eine Aktion ausführen, in diesem Fall erhält er einen Link zum Finanzierungsrechner.

COMING SOON!

**Beispiel II.** In einer Flughafenhalle erhalten Personen die sich in der Nähe von Reiseveranstaltern befinden eine Pushnachricht zum Privatkredit. Sie haben die Möglichkeit nun direkt einen Privatkredit für eine Traumreise zu beantragen.

**Beispiel III.** Personen stehen unmittelbar in der Nähe einer Bank-Filiale der Konkurrenz und nach mehr als 3 Min. Aufenthaltsdauer erhalten Sie eine Push-Nachricht der Sparkasse Musterstadt auf ihr Smartphone. „Wir kümmern uns gerne um Sie. Kommen Sie jetzt in die Sparkassen-Filiale auf der Musterstraße und wir versprechen Ihnen eine schnelle und kompetente Beratung."

**Jetzt registrieren und Informationen erhalten**
Im Frühjar 2018 bieten wir Ihnen die Möglichkeit mit Geofencing gezielt Werbekampagnen zu schalten.
**www.marketport.de/geofencing**

danielbahrmann - fotolia.com



# CHARLOTTE GEBING

## ART DIRECTOR

**Wer bist du und was genau machst du bei der market port GmbH?**
Ich heiße Charlotte und komme aus Warendorf. Seit August 2017 arbeite ich als Art Director bei der market port und leite die Grafikabteilung.

**Was hast du vorher gemacht?**
Nachdem ich eine Ausbildung zur Gestaltungstechnischen Assistentin in Grafik und Design abgeschlossen habe, absolvierte ich mein Bachelorstudium für Grafik und Kommunikationsdesign an der FH Bielefeld. Nebenbei habe ich bereits als studentische Aushilfe die market port unterstützt.

**Wie sieht ein typischer Arbeitstag bei dir aus?**
Meistens beginne ich meinen Arbeitstag um kurz nach 8:00 Uhr, zuerst checke ich dann meine E-Mails, schaue auf meine To-do-Liste und bespreche Aufgaben mit dem Team. Die zu erledigenden Arbeiten sind jeden Tag unterschiedlich. Von Webdesign, über Mailings, Werbeanzeigen und Magazingestaltung bis hin zur Logoentwicklung ist immer etwas Neues und Spannendes dabei.

**Nenne drei Dinge ohne die du den Arbeitsalltag nicht überstehst.**
Kaffee, Essen und Kaugummis.

**Wo treibst du dich privat am meisten im Netz rum?**
Auf Instagram bin ich sehr aktiv, außerdem schaue ich mir viel auf Facebook an und Netflix darf natürlich nicht fehlen.

**Wenn du mal nicht arbeitest, was tust du dann am liebsten?**
Ich bin gerne in der Natur und wenn es die Zeit und das Geld zulässt, liebe ich es im Meer zu tauchen. Leider erwische ich mich aber auch oft dabei, dass ich zu lange an meinem Smartphone „hänge".

**Was gefällt dir an der market port GmbH am besten?**
Das Team ist einmalig, wir verstehen uns alle super und es vergeht kein Tag, wo wir nicht gemeinsam lachen. Die Arbeitsatmosphäre ist total locker und sehr wichtig ist für mich die Gleitzeit, so kann ich ohne Druck und entspannt in den Tag starten.

# VICTORIA JOHANSSON

## JUNIOR DEVELOPER

**Wer bist du und was genau machst du bei der market port GmbH?**
Ich bin Victoria, komme aus Schweden und wohne seit November 2016 hier in Warendorf. Bei der market port arbeite ich als Junior Developer.

**Was hast du vorher gemacht?**
Ich habe eine Ausbildung zur Webdeveloperin CMS in Malmö (Schweden) gemacht. Parallel zu der Ausbildung habe ich einen Monat in Warendorf bei der Olympia-Reiterin Sara Algotsson Ostholt und Frank Ostholt im Stall gearbeitet. Außerdem durfte ich ein Praktikum absolvieren und bin dabei auf die market port GmbH gestoßen. Nach einem viermonatigen Praktikum dort, bin ich für die Abschlussprüfungen zurück nach Schweden gefahren. Es hat mich jedoch wieder in die Pferdestadt zurückgezogen, deswegen bin ich froh jetzt Vollzeit bei der market port arbeiten zu dürfen.

**Wie sieht ein typischer Arbeitstag bei dir aus?**
„Think twice, code once."

**Nenne drei Dinge ohne die du den Arbeitsalltag nicht überstehst.**
Wasser, Spotify, Mac.

**Wo treibst du dich privat am meisten im Netz rum?**
Mit meinen Freunden aus Schweden halte ich viel Kontakt über Snapchat, so können sie mitverfolgen was hier in Deutschland so passiert. Sehr gerne bin ich auch bei Instagram, doch mein Hund „Bruno" ist dort noch aktiver als ich. Am Wochenende schaue ich gerne Reitsport Live-Streams.

**Wenn du mal nicht arbeitest, was tust du dann am liebsten?**
Ich liebe lange Spaziergänge/Ausritte durch den Wald mit Hund und Pferd. Außerdem fotografiere und programmiere ich auch in meiner Freizeit gerne. An Wochenenden fahre ich oft mit dem Ostholt-Reitteam auf Turniere und helfe tatkräftig mit.

**Was gefällt dir an der market port GmbH am besten?**
Die Leute hier sind alle super. Jeden Tag komme ich gerne her, denn mit meinen lustigen und netten Arbeitskollegen wird es nie langweilig.

# UNSERE OFFENEN STELLEN
## FÜR UNSERE UNIT IN WARENDORF

### Front-End Developer(in)
- Mindestens zwei Jahre Front-End Erfahrung mit Kundenprojekten
- Sehr gute Kenntnisse in HTML5 und CSS3
- Erfahrung mit JavaScript & jQuery
- Deutsch und Englisch, mündlich und schriftlich
- Vorteil: Kentnisse in Adobe Photoshop, Illustrator, Bootstrap und WordPress

### Backend/ PHP Developer(in)
- Konzeption/Strukturierung von komplexen Aufgabenstellungen
- Entwicklung von Datenbankstrukturen
- Umsetzung von dynamischen Inhalten (XHTML, PHP, MySQL, JavaScript, ...)
- Von Vorteil: Kentnisse in Bootstrap, PHP Framework/s und WordPress

### Online-Marketing-Manager(in) Schwerpunkt SEO
- Fundierte SEO-Kenntnisse (Onpage/Offpage)
- Grundlegende Kentnisse in HTML, CSS, PHP und WordPress
- Analytische Fähigkeiten und strategisches Denkvermögen
- Sehr gute Excel-Kenntnisse
- Sicheres Arbeiten mit Backlink- und SEO-Tools
- Gute Google Analytics- und generelle Webanalyse-Kenntnisse

### SEM-Berater(in) Schwerpunkt SEA
- Starkes Interesse an Google AdWords, Webanalytics, Online-Marketing
- Erfahrungen mit CMS, WordPress, Magento usw.
- Sehr gute Excel-Kenntnisse
- Analytische und strategische Fähigkeiten

### Wir bieten:
- Spannende Projekte, interessante Aufgaben und Weiterentwicklungsmöglichkeiten in einem dynamischen Arbeitsumfeld
- Ein junges und aufgeschlossenes Team
- Eine von unseren Mitarbeitern sehr geschätzte, gute und lockere Arbeitsatmosphäre ohne Hierarchien
- Direkter fachlicher Austausch mit erfahrenen Kollegen und Experten
- Einbeziehung in Abteilungsentscheidungen
- Fullservice Produktspektrum (SEM, SEO, Media, Print, usw.)
- Mittelfristiger Aufbau und Weiterentwicklung der Units
- Moderne Büros mit 2-4 Arbeitsplätzen (kein Großraumbüro)
- Hohe Eigenverantwortung
- Flexible Arbeitszeiten
- Eigene Softwarelösungen
- Einen Agenturhund

**jobs@marketport.de - www.marketport.de**