

## ■ Natascha Betzgen, Gastro Cool GmbH

„Die Thematik Internetpräsenz ist für uns sehr wichtig, da sie ein großer Bestandteil unseres Verkaufserfolgs ist. Wir generieren über unsere Onlineseiten Abverkäufe und erzeugen Interesse bei neuen und internationalen Getränkemarken oder Unternehmen. Deshalb versuchen wir auch, mit unseren bestehenden Präsenzen immer am Puls der Zeit zu sein und arbeiten bereits im Hintergrund an einem **Relaunch** unserer Seiten. Wir betreiben unter der

Foto: Gastro Cool



Domain [www.gastro-cool.de](http://www.gastro-cool.de) / [www.gastro-cool.nl](http://www.gastro-cool.nl) einen **Online Shop für Deutschland, Österreich, Schweiz und die Niederlande**. Ferner haben wir eine reine **Informationsseite** unter [www.gastro-cool.com](http://www.gastro-cool.com) in den Sprachen Deutsch und Englisch. Über diese Informationsseite erreichen uns täglich nationale und internationale Anfragen. Dementsprechend gehen wir auch davon aus, dass der **Verkauf über das Internet und Internetsops** weiter steigen wird. Was wir jedoch in den vergangenen Jahren vermehrt festgestellt haben: Kunden bestellen heute und möchten morgen bereits ihre Lieferung haben. Dies ist zwar unter Umständen mit einem Kugelschreiber, T-Shirt und Co. möglich, jedoch nicht mit einem Glastürkühlschrank. Denn dieser wird nicht per Paketdienst sondern mit einem Speditionsunternehmen ausgeliefert. Wir ‚versorgen‘ unsere Kunden mit Neuigkeiten über verschiedene Online-Kanäle. Wir sind auf den Social Media-Plattformen **Facebook, Xing, LinkedIn, Google+, Twitter** und **Youtube** vertreten. Außerdem versenden wir vier bis maximal sechs Mal im Jahr einen **Newsletter** - das ist so selten, weil wir unseren Kunden einen qualitativ hochwertigen Newsletter bieten möchten. Wir berichten nur, wenn es wirklich etwas zu berichten gibt, über **neue Produkte** im Portfolio, **neue Service- und Branchennews** oder geplante **Messeauftritte**. Für uns gilt hier die Devise: Qualität vor Quantität. Aus diesem Grunde werden unsere Online-Kanäle und Newsletter inhouse erstellt, denn nur wir kennen unsere Produkte und die Ansprüche unserer Kunden.“