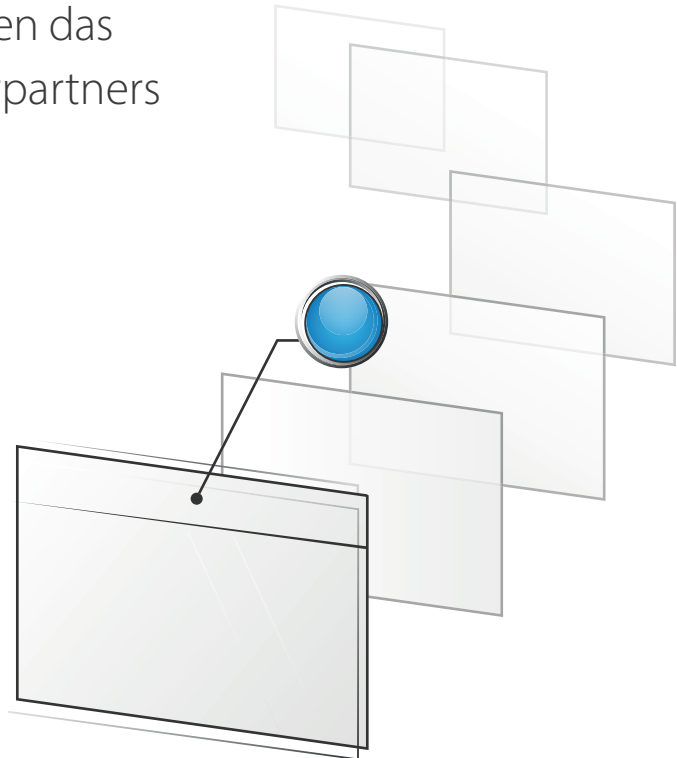


Fairpartners Unternehmensprofil

Sich präsentieren. Und das vor vielversprechendem Publikum in bestem Licht. Genau dazu bietet Ihnen das Unternehmensprofil auf Fairpartners die Möglichkeit.



Bevor Sie anfangen

Das Unternehmensprofil ist der Raum, in dem Sie die Qualitäten und Referenzen Ihres Unternehmens bestmöglich darstellen sollten. Deshalb ist es wichtig, vorab zu überprüfen, wer in Ihrem Unternehmen hierfür die am besten geeignete Person ist. Das Unternehmensprofil auf Fairpartners wird schließlich ein Teil der Außendarstellung Ihres Unternehmens.

Grundlegendes

Ihrem Unternehmen bereitstellt. Und da Fairpartners Unternehmensprofile oft angesehen werden, lohnt sich die Zeit, die Sie oder Kollegen in die Gestaltung Ihres Profils investieren.

Sicher könnten Sie eine Abkürzung nehmen und in Ihrem Unternehmensprofil einfach nur auf Ihre Webseite verweisen. Damit unterschlagen Sie aber einen wichtigen Punkt: Die Inhalte Ihres Fairpartners Unternehmensprofils entscheiden darüber, ob ein potenzieller Geschäftspartner auf Ihr Unternehmen stößt oder nicht. Denn gefunden wird nur, wer die Informationen bereitstellt, nach denen im Fairpartners Unternehmensverzeichnis gesucht wird. Stellen Sie deshalb alle die Informationen in Ihr Profil, mit denen Ihr Unternehmen gefunden werden will. Das bedeutet also: Ihr Unternehmensprofil informiert nicht nur über Ihr Unternehmen, sondern sorgt gleichzeitig auch dafür, dass es in Suchlisten erscheint. Jede fehlende Information ist also eine verpasste Chance.

„Das Wichtigste zuerst“

Was ist das Wichtigste, das der Leser Ihres Unternehmensprofils als erstes und in aller Kürze erfahren sollte? Womit könnten Sie ihn davon überzeugen, sich näher mit Ihrem Unternehmen zu befassen? Bedenken Sie, dass Ihr Gegenüber keine Referate über Ihr Unternehmen sucht, sondern Gründe, um Sie womöglich zu seiner Ausschreibung einzuladen. Also formulieren Sie kurz und kompakt. Sie müssen nicht alles zu Ihrem Unternehmen sagen; schreiben Sie das, was beim Leser **Interesse weckt**.

„Tags“

Mit Tags stellen Sie Details der Leistungen Ihres Unternehmens dar. Folgendes sollten Sie dabei beachten:

Gehen Sie durch alle Layer, d. h. nutzen Sie Tags auf hoher Flugebene, um beispielsweise Ihre Branche zu beschreiben; tauchen Sie aber auch ab, nutzen Sie Tags für konkrete Themenschwerpunkte und Ausrichtungen bis hin zur Benennung einzelner Dienstleistungen und Produkte.

Nichts vergessen und regelmäßig aktualisieren. Möglicherweise trivial, aber es kommt häufiger vor, als man denkt. Wenn es also selten erfreuliche Anfragen zu neuen Dienstleistungen oder Produkten gibt, könnte das auch daran liegen, dass niemand daran gedacht hat, die Tags im Unternehmensprofil zu aktualisieren.

Tags werden nicht nach Sprache getrennt. Während man beispielsweise „Das Wichtigste zuerst“ in einer deutschen und einer englischen Version hinterlegen sollte, landen alle Tags in einem gemeinsamen Pool, egal in welcher Sprache. Wenn Sie international agieren, können Sie für die Tags also englische, deutsche – oder sogar Begriffe aus ganz anderen Sprachen nutzen, je nach dem, in welchen Ländern Sie aktiv sind.

Externes Kurzprofil

Sobald Ihr Fairpartners Unternehmensprofil ein Unternehmenslogo und die wichtigsten Informationen enthält, können sie es auch außerhalb von Fairpartners veröffentlichen.

Was ist ein Kurzprofil?

Das externe Kurzprofil ist im wörtlichen Sinn eine Kurzversion Ihres normalen Fairpartners Unternehmensprofils. Die Segmente Das Wichtigste zuerst, Ihre Webseite und Ihre Tags stehen also in gleicher Form auch in Ihrem externen Kurzprofil.

Was bedeutet extern?

Durch das Veröffentlichen wird ein Kurzprofil generiert, das im Internet auch ohne Login zu sehen ist. Sie wissen wie das ist: Das Internet ist voller Informationen und es reicht natürlich nicht mehr aus, allein unter seinem Namen gefunden zu werden. Dabei fällt es Unternehmen zunehmend schwerer, es im gewünschten Kontext auf die vorderen Plätze zu schaffen. Genau hier leistet das Fairpartners Kurzprofil einen wertvollen Beitrag. Sie setzen in „Das Wichtigste zuerst“ und mit Ihren Tags die Inhalte bzw. den Kontext in dem Sie gefunden werden möchten. Fairpartners macht Ihr Kurzprofil für Google und Co. auffindbar und sorgt mit seiner Relevanz für eine attraktivere Positionierung Ihres Unternehmens in den Suchergebnissen.

Was Sie davon haben?

Sie profitieren dreifach: Sucht man jetzt auf Google und Co. nach Ihrem Unternehmen oder den von Ihnen benannten Suchworten, findet man direkt Ihr Fairpartners Kurzprofil. Und da Ihre Unternehmenswebseite darin verlinkt ist, wächst deren Chance auf zusätzliche Besucher und mehr Bedeutung bei Suchmaschinen.

Aktivitätspunkte verbessern die Positionierung in Suchergebnissen

Wenn Sie alle oben beschriebenen Felder Ihres Unternehmensprofils ausfüllen, Ihr Profil also vollständig ist, erhält Ihr Unternehmen entsprechende Aktivitätspunkte. Und da Unternehmen in Trefferlisten nach ihrem Aktivitätsniveau sortiert werden, verbessert Ihr vollständiges Unternehmensprofil so auch die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens und damit Ihre Aussicht auf Geschäft.