



Schritt für Schritt-Anleitung zum öffentlichen Profil

- Was ist der Unterschied zwischen dem normalen Eintrag in der Plattform und dem öffentlichen Profil?
- Wie funktioniert das öffentliche Profil?
- Wie kann ich mein öffentliches Profil anlegen und pflegen?
- Wie kann ich Posts anlegen, bearbeiten und löschen?

Was ist der Unterschied zwischen dem normalen Eintrag in der Plattform und dem öffentlichen Profil?

Einfach erklärt... Mit dem Eintrag auf der Plattform finden Sie neue Vertretungen, sofern Sie den Push-Mail-Service bzw. das Gesuch aktiviert haben. Mit einem öffentlichen Profil, einer Art eigener Webseite, können Sie Ihre Handelsvertretung bzw. Handelsagentur, Ihre Produkte und Leistungen Interessenten und Kunden präsentieren.

Wie funktioniert das öffentliche Profil?

Mehr als 60% der Entscheider recherchieren heute im Internet nach Produkten und Lösungen. Sie sollten sich daher sehr früh als geeigneter Geschäftspartner bemerkbar machen. Dafür müssen Sie aber im Internet sichtbar sein und gefunden werden. Mit einem öffentlichen Profil erreichen Sie das!

Stellen Sie sich Ihr öffentliches Profil einfach wie ein Social Media Profil mit verschiedenen Posts vor. Aber speziell für Handelsvertreter/Handelsagenten und vor allem für Suchmaschinen optimiert.

Die einzelnen Profile sind dabei so technisch optimiert, dass Suchmaschinen sie als Teil eines riesigen Informationsnetzwerkes wahrnehmen und somit im Ranking höher bewerten können als einzelne, unabhängige Webauftritte.

Aber auch Ihr eigener Webauftritt profitiert davon. Denn diesen können Sie auf Ihrem öffentlichen Profil verlinken. Das gleiche gilt natürlich auch für andere Social-Media-Profile (Xing, LinkedIn, Facebook, Twitter...).

Bevor Sie mit dem Anlegen Ihres öffentlichen Profils starten, prüfen Sie doch auch noch einmal Ihre Einstellungen in Ihrem kostenlosen Eintrag...

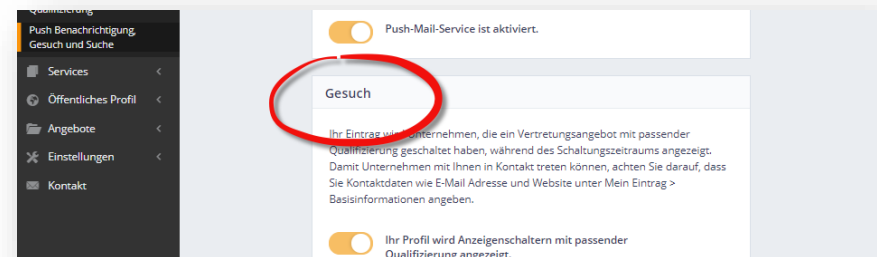
- Stimmen die persönlichen Daten noch?
- Ist Ihre Qualifizierung noch aktuell?
- Ist der Push-Mail-Haken gesetzt?

Mit einem aktuell gepflegten Eintrag auf der Plattform erhalten Sie **Vertretungsangebote bereits 5 Tage vor Online-Veröffentlichung**.

Wichtig: Denken Sie bei der Qualifizierung nicht nur in Ihren bestehenden Branchen und Kundenkreisen, sondern auch in Bereichen, die Ihr bestehendes Sortiment bzw. Ihre bestehenden Zielgruppen komplementieren.

Und auch wenn Sie aktuell keine neue Vertretung suchen, bietet der Push-Mail-Service Ihnen einen guten Marktüberblick. Setzen Sie also noch heute das Häkchen und bleiben Sie up-to-date!

Sie suchen aktiv nach einer neuen Vertretung? Dann aktivieren Sie auf der Seite „Push Benachrichtigung, Gesuch und Suche“ den Haken bei Gesuch. So wird Ihr Eintrag Unternehmen, die ein Angebot schalten während des Schaltzeitraums angezeigt und die Unternehmen können aktiv auf Sie zukommen.



Wie kann ich mein öffentliches Profil anlegen und pflegen?

Loggen Sie sich mit Ihren Zugangsdaten auf der Plattform ein. Links in der Navigation sehen Sie nun den Menüpunkt ÖFFENTLICHES PROFIL. Folgende Angaben können Sie hier pflegen:

- Ihre Profilinformationen
- Ihr Unternehmenslogo
- Ihre Social Media Kanäle
- Impressum und Datenschutzerklärung

Ihre Profilinformationen

Profile information

Here you can maintain the basic data of your commercial agent blog and publish/unpublish your blog.

Profile information

> Display profile

Your personal page is not published.

> Account details

Official name / company (for legal purposes) *

Displayed company name

> Account description

Short description (max. 200 characters)

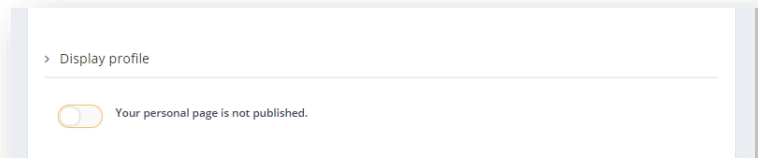
Long description

Paragraph **B** *I*

In den Profilinformationen pflegen Sie die wichtigsten Daten Ihres öffentlichen Profils:

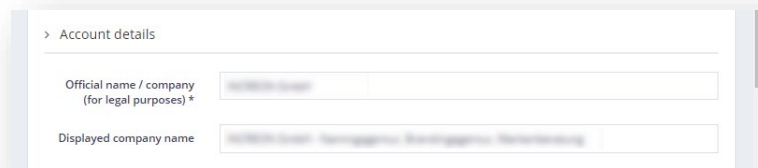
- Anzeige des öffentlichen Profils
- Offiziell, eingetragener Firmenname
- Profil Headline (für alle sichtbar)
- Kurzbeschreibung
- Ausführliche Beschreibung
- Kontaktinformationen

Anzeige Ihres Profils



Sie können entscheiden, ob Ihr öffentliches Profil im Web veröffentlicht wird oder nicht.

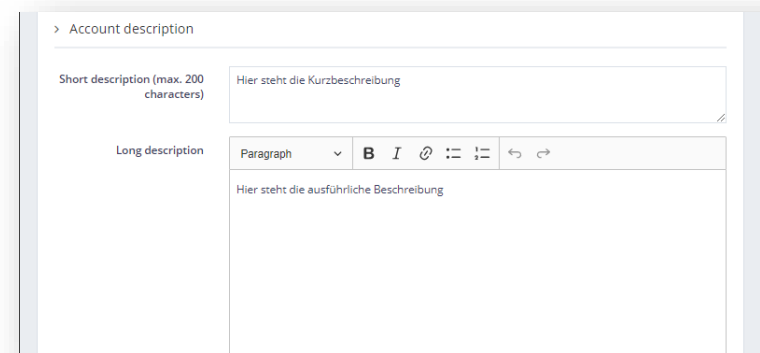
2) Profil Details



Ihren **offiziellen, eingetragenen (Firmen-)Namen** geben Sie bitte unter Profilname ein. Der Profilname ist nur im Impressum Ihres Profils sichtbar. Er wird außerdem in den für Suchmaschinen wichtigen Meta-Informationen (als Copyright) ausgegeben.

Für die **Profil Headline** wählen Sie am besten die Kurzfassung Ihres offiziellen Firmennamen und einer knappen Beschreibung Ihrer Tätigkeit. **Überlegen Sie dabei, nach was ein potenzieller Interessent bei Google suchen könnte (Kombination aus 2 bis maximal 3 Keywords)**. Verwenden Sie diese in der Profilheadline (z.B. Pumpen für Industrieanwendungen – Max Muster). Ihre Profil-Headline ist für alle auf Ihrer Profelseite sichtbar und wird dort an oberster Stelle angezeigt. **Sie wird außerdem im für Suchmaschinen wichtigen <title>-Element an erster Stelle ausgegeben...** Für Google & Co ist ein Title mit maximal 60 Zeichen optimal.

Profilbeschreibung

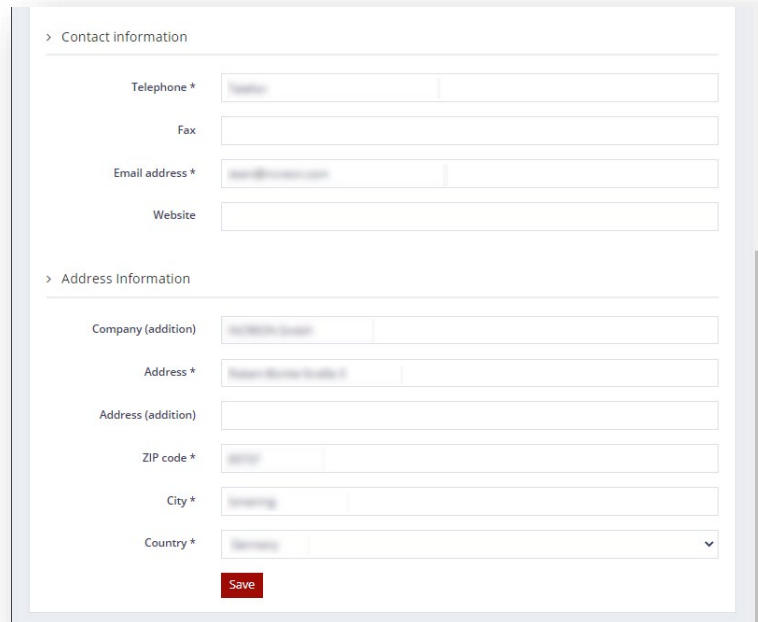


Die **Kurzbeschreibung** gibt einen kurzen Überblick über Ihr Unternehmen bzw. Ihre Arbeit. Sie soll als Info für den Nutzer dienen, um ihm kurz zu erklären, was Sie ihm bieten. Ein bis zwei Sätze reichen bei der Kurzbeschreibung völlig aus (Maximale Zeichenanzahl: 200). Schreiben Sie, wer Sie sind, an wen Sie sich richten und was Ihre Arbeit auszeichnet. **Die Kurzbeschreibung wird außerdem in den für Suchmaschinen wichtigen Metadaten (als Description) gespeichert. Google und Co. nutzen diese Informationen für die Bewertung (Relevanz) Ihrer Seite und für die Ausgabe in der Suchergebnisliste.**

Bei der **ausführlichen Beschreibung** dürfen und sollen Sie ins Detail gehen und Ihr Unternehmen, Ihre Produkten und Leistungen beschreiben. Nutzen Sie dabei die Beschreibung, um von Suchmaschinen wie Google besser gefunden zu werden. Denken Sie immer aus Sicht Ihrer Zielgruppe... Was könnte einen potenziellen Kunden interessieren? Nach was könnte er bei Google & Co. suchen?

In der Profil Headline haben Sie die für Sie wichtigste Keyword-Kombination bereits identifiziert, unter der Sie gefunden werden wollen. Verwenden Sie diese Keywords sowie Synonyme nun auch in Ihrer Beschreibung. Je länger der Text ist, desto besser. **Mindestens 300 Wörter sollten es aber schon sein, besser sind 800 bis 1.000 Wörter** strukturieren Sie dabei den Text mit Überschriften und Fettungen, um den Text lesefreundlich zu gestalten.

Kontaktinformationen und Adressinformationen



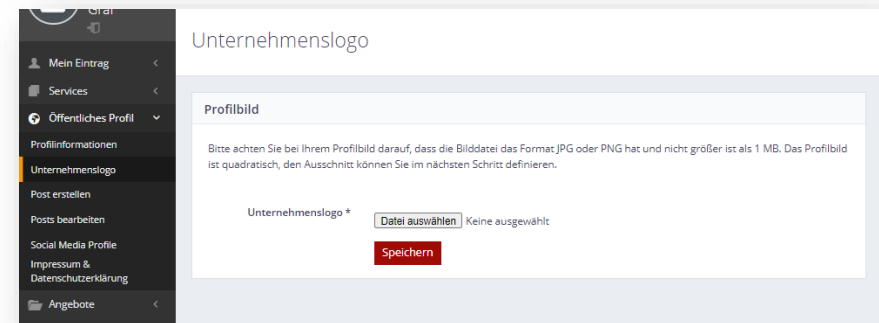
The screenshot shows a web form with two main sections: 'Contact information' and 'Address Information'. The 'Contact information' section includes fields for Telephone *, Fax, Email address *, and Website. The 'Address Information' section includes fields for Company (addition), Address *, Address (addition), ZIP code *, City *, and Country *. A red 'Save' button is located at the bottom right of the form.

Geben Sie den Nutzern die Möglichkeit, Sie zu kontaktieren. In den **Kontaktinformationen** können Sie eine Telefonnummer, eine Faxnummer, eine E-Mail-Adresse sowie Ihre Webseite angeben.

Bitte beachten Sie: Die E-Mail Adresse, die Sie bei Ihrer Registrierung angegeben haben, dient lediglich zur Verwaltung Ihres Profils und um Sie über Neuigkeiten/Änderungen zu informieren. Diese Adresse kann von der Adresse im öffentlichen Profil abweichen.

Im Bereich **Adressinformationen** können Sie die Adresse pflegen, die in Ihrem öffentlichen Profil angezeigt werden soll.

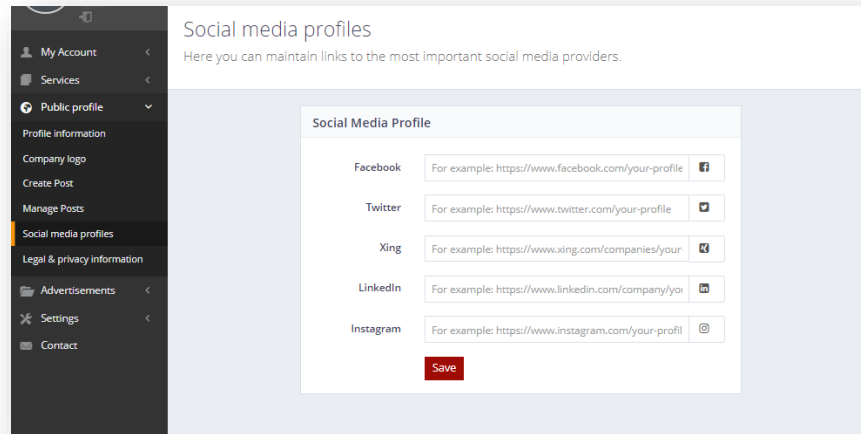
Ihr Unternehmenslogo



The screenshot shows a mobile app interface for uploading a company logo. The title is 'Unternehmenslogo'. Below the title, there is a section for 'Profilbild' with instructions: 'Bitte achten Sie bei Ihrem Profilbild darauf, dass die Bilddatei das Format JPG oder PNG hat und nicht größer ist als 1 MB. Das Profilbild ist quadratisch, den Ausschnitt können Sie im nächsten Schritt definieren.' Below this, there is a field for 'Unternehmenslogo *' with a 'Datei auswählen' button and the text 'Keine ausgewählt'. A red 'Speichern' button is at the bottom right. A sidebar menu on the left contains options like 'Mein Eintrag', 'Services', 'Öffentliches Profil', 'Profilinformationen', 'Unternehmenslogo', 'Post erstellen', 'Posts bearbeiten', 'Social Media Profile', 'Impressum & Datenschutzerklärung', and 'Angebote'.

Wählen Sie ein Profilbild für Ihr öffentliches Profil aus. **Bitte beachten Sie... Das Profilbild ist quadratisch und wird automatisch eingepasst.**

Ihre Social Media Kanäle



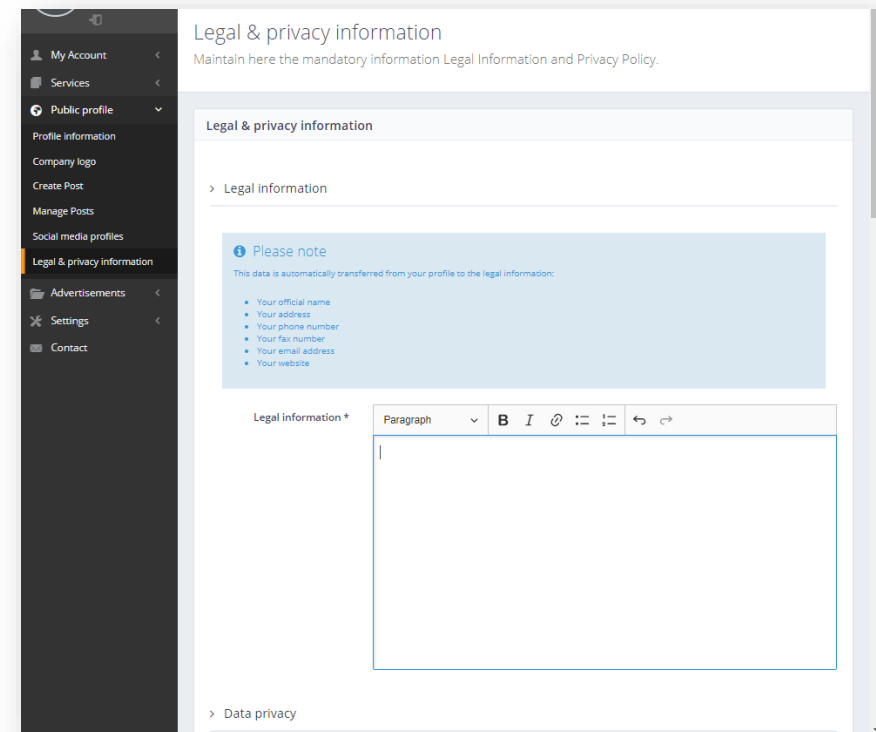
Sie sind bereits auf Xing, LinkedIn, Facebook, Twitter usw. aktiv? Dann können Sie Ihre **Social Media Profile** auf dem öffentlichen Profil verlinken und so Ihr Netzwerk in den Kanälen erweitern. **Bitte beachten Sie, dass Sie die komplette URL (Webadresse) verwenden!**

Hinweis

Sie nutzen Ihre Social Media Kanäle regelmäßig zum Posten? Dann tun Sie dies zukünftig doch auch in Ihrem öffentlichen Profil. Anders als bei vielen anderen Sozialen Netzwerken werden Ihre Posts im öffentlichen Profil offen im Web angezeigt. Zusätzlich können Sie die Posts für Suchmaschinen optimieren und so Ihre Sichtbarkeit bei für Sie relevanten Suchkombinationen erhöhen!

Impressum und Datenschutzerklärung

Impressum



Jede Internetseite (in Europa) muss ein **Impressum** haben. Das schreibt der Gesetzgeber vor. Das Impressum verrät den Nutzern, wer die Internetseite erstellt hat und wer die Verantwortung für den Inhalt trägt. Auch in Ihrem öffentlichen Profil müssen Sie deshalb ein Impressum pflegen. Die wichtigsten Pflichtangaben stellen wir dabei automatisch aus Ihren Profilinformationen zusammen. Weitere rechtliche Informationen sowie die für den Inhalt verantwortliche Person müssen Sie ergänzen.

Datenschutzerklärung

> Data privacy

Please note
If you have entered an e-mail address in the profile, a data protection declaration is necessary to fulfill your information obligations in accordance with Art. 13 Para. 1 GDPR. Please fill in the following information:

Contact person (Data Protection Officer) *

Position of Data Protection Officer *

Street *

Number *

ZIP code *

City *

Data privacy * Paragraph **B** *I*

Verarbeitung personenbezogener Daten, die Sie bereitstellen

Personenbezogene Angaben wie Ihr Name, Ihre Anschrift, Telefonnummer oder E-Mail-Adresse werden nicht erfasst, es sei denn, Sie machen diese Angaben freiwillig. Wir weisen darauf hin, dass die Datenübertragung im Internet (z.B. bei der Kommunikation per E-Mail) Sicherheitslücken aufweisen kann. Ein lückenloser Schutz der Daten vor dem Zugriff durch

Der Schutz personenbezogener Daten bei der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung anlässlich eines Besuchs auf Ihrem öffentlichen Profil ist wichtig. Grundsätzlich gilt... Wir erfassen keinerlei personenbezogenen Daten Ihrer Nutzer. Sie tun dies nur, wenn ein Nutzer Sie kontaktiert und Ihnen Daten wie Name, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse freiwillig übermittelt.

Wie Sie mit diesen personenbezogenen Daten umgehen, müssen Sie in der **Datenschutzerklärung** beschreiben.

Wenn Sie bereits eine eigene Website mit Datenschutzbestimmungen haben, so können Sie diese hier verlinken. Alternativ können Sie alle nötigen Informationen direkt im Profil angeben. Dazu steht Ihnen eine Vorlage als Unterstützung zur Verfügung.

Wie kann ich Posts anlegen, bearbeiten und löschen?

Loggen Sie sich mit Ihren Zugangsdaten auf der Plattform ein. Links in der Navigation sehen Sie unter dem Menüpunkt ÖFFENTLICHES PROFIL. Folgende Links:

- Posts erstellen
- Posts bearbeiten

Posts erstellen

Create Post

Here you can create posts for your public agent profile.

Create Post

Post Language: Deutsch

Title *

Short description

Summarize the most important statements of your offer in the short description. You have a maximum of 150 characters.

Image Upload

Please note

I hereby confirm that I am entitled to use and pass on the documents handed over (PDF, image files, video files).

If it concerns protected material (e.g. due to copyright or trademark right), I have obtained the necessary rights of use from the rights holder.

Furthermore, I have checked to what extent personal rights of third parties are affected and, if necessary, obtained a declaration of consent from the persons depicted.

I have been expressly informed by the operator that I am solely responsible for checking the legal situation and I release the operator from any responsibility and liability for this.

Not confirmed

Content *

Paragraph B I @ :: = ← →

Bevor Sie Posts erstellen können, müssen Sie Ihr öffentliches Profil veröffentlichen. Sobald Ihr Profil veröffentlicht ist, können Sie unter dem Menüpunkt „Post erstellen“ neue Posts erstellen. Wählen Sie dafür zuerst die **Sprache des Posts** aus.

Titel



Post Language: Deutsch

Title *

Für **Titel des Posts** gilt das gleiche wie für die Profil Headline. Überlegen Sie, nach was ein potenzieller Interessent bei Google suchen könnte (Kombination aus 2 bis maximal 3 Keywords. Diese Keywords verwenden Sie dann im Titel des Posts (z.B. Pumpen für Industrieanwendungen). **Der Titel des Posts wird auch im für Suchmaschinen wichtigen <title>-Element an erster Stelle ausgegeben...** Für Google & Co ist ein Title mit maximal 60 Zeichen optimal.

Kurzbeschreibung



Short description

Summarize the most important statements of your offer in the short description. You have a maximum of 150 characters.

Die **Kurzbeschreibung** gibt einen kurzen Überblick über den Inhalt des Posts. (Maximale Zeichenanzahl: 200). **Die Kurzbeschreibung wird in den für Suchmaschinen wichtigen Metadaten (als Description) gespeichert.** Google und Co. nutzen diese Informationen für die Bewertung (Relevanz) Ihrer Seite und für die Ausgabe in der Suchergebnisliste. **Verwenden Sie deshalb auch hier Ihre definierten Keywords für den Post.**

Bild Upload

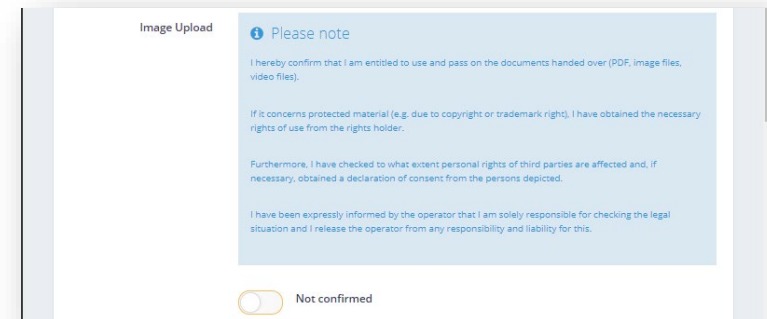


Image Upload

Please note

I hereby confirm that I am entitled to use and pass on the documents handed over (PDF, image files, video files).

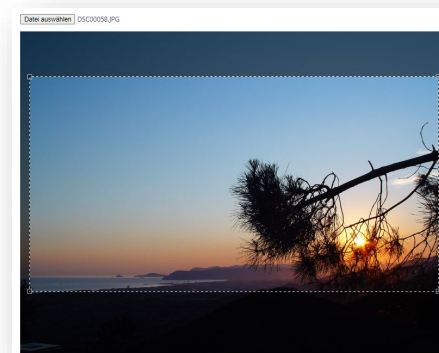
If it concerns protected material (e.g. due to copyright or trademark right), I have obtained the necessary rights of use from the rights holder.

Furthermore, I have checked to what extent personal rights of third parties are affected and, if necessary, obtained a declaration of consent from the persons depicted.

I have been expressly informed by the operator that I am solely responsible for checking the legal situation and I release the operator from any responsibility and liability for this.

Not confirmed

Zu jedem Post können Sie ein Post-Bild hochladen. Bitte beachten Sie, dass Sie die Nutzungsrechte für die Verwendung des Bildes haben. Dies bestätigen Sie einmal, indem Sie den Schieberegler auf „bestätigt“ setzen. Erst dann haben Sie die Möglichkeit zum Bild-Upload.



Nach Auswahl und Upload des Bildes sehen Sie einen gestrichelten Rahmen auf dem Bild. Mit diesem können Sie den Bildausschnitt für das Post-Bild wählen. Sollten Sie aus rechtlichen Gründen den Rechtsinhaber des Bildes angeben müssen, so haben Sie die Möglichkeit, den Rechteinhaber im Copyright zu nennen.

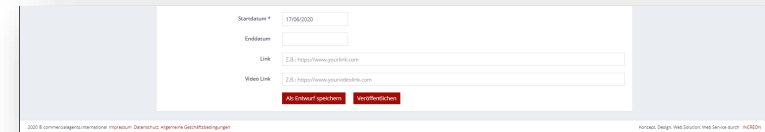
Inhalt

Beim **Inhalt des Posts** dürfen Sie, wie bei der ausführlichen Beschreibung Ihres Profils, wieder ins Detail gehen. Auch hier gilt: Denken Sie immer aus Sicht Ihrer Zielgruppe... Was könnte einen potenziellen Kunden interessieren? Nach was könnte er bei Google & Co. suchen? Verwenden Sie hier die von Ihnen für diesen Post definierten Keywords sowie Synonyme. Und strukturieren Sie den Text am besten folgendermaßen:

- **Einleitender Text**
Fassen Sie den Inhalt des Posts in 2-3 Sätzen für den Nutzer zusammen. Nutzen Sie hier Ihre Keywords im ersten Satz und relativ nah beieinander. Der einleitende Text gehört zu den meist gelesenen Texten einer Webseite. Hier muss sich der Leser bestätigt fühlen, dass er richtig ist. Auch für Google ist der erste Absatz wichtig.
- **Erster inhaltlicher Block**
Beginnen Sie den ersten inhaltlichen Block mit einer Überschrift 2. In dieser verwenden Sie mindestens eines der von Ihnen gewählten Keywords (besser beide). Jetzt ist ihr Content gefragt. 2-3 Absätze mit je 3-4 Zeilen sollten jetzt kommen. Natürlich verwenden Sie auch hier optimalerweise in jedem Absatz Ihre Keywords oder Synonyme mindestens einmal. Mit der Überschrift 3 sowie Fettungen und Aufzählungen können Sie Ihren Absatz zusätzlich strukturieren.
- **Weitere inhaltliche Blocks**
Für jeden weiteren inhaltlichen Block gilt das gleiche. Sie starten mit einer Überschrift 2. Verwenden mindestens eines der Keywords in der Überschrift. Dann folgen mindestens 2-3 Absätze Text.

Je länger der Inhalt ist, desto besser. **Mindestens 300 Wörter sollten es aber schon sein, besser sind 800 bis 1.000 Wörter. Dann freut sich Google 😊**

Startdatum, Endedatum, Link und Videolink



Zum Schluss können Sie für jeden Post ein **Start- und eine Endedatum** definieren. Damit können Sie Posts „vorschreiben“ oder die beispielsweise die Weihnachtsgrüße nach Weihnachten automatisch deaktivieren.

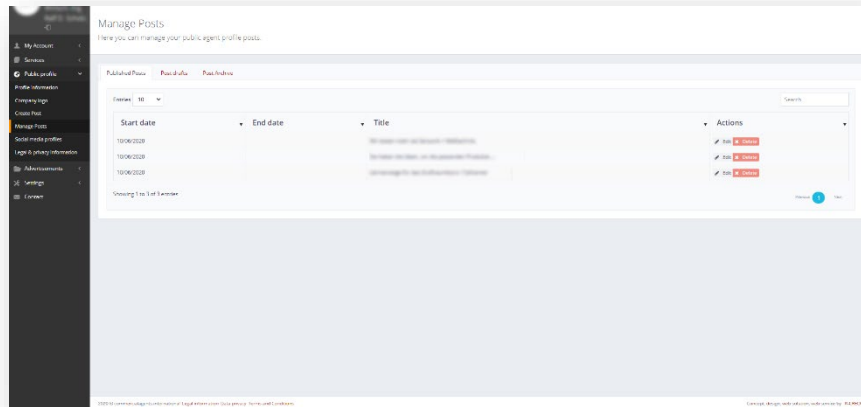
Sie haben außerdem die Möglichkeit vom Post aus auf eine Ihrer bestehenden Webseiten (oder ihr Social Media Profil) zu linken oder einen Videolink (z.B. auf Youtube) zu ergänzen.

Hinweis

Es empfiehlt sich, den Post in einem Texteditor ohne Formatierung (nicht Word!) vorzuschreiben und dann die Inhalte per Kopieren & Einfügen in das Inhaltsfeld zu kopieren. So können Sie die Texte auch bei sich am Computer speichern.

Wenn Sie aus einer Webseite oder aus Word heraus Inhalte kopieren, so kann es sein, dass die ursprüngliche Formatierung mit übernommen wird. Bitte kopieren Sie die Texte in diesem Fall immer vorher in einen Texteditor ohne Formatierung!

Posts bearbeiten und löschen



Unter dem Menüpunkt „**Posts bearbeiten**“ sehen Sie alle Ihre Posts. Hier können Sie die Posts erneut bearbeiten oder löschen.