



der Handwerker

Sonderausgabe Magazin für Marketing & Werbung

www.agentur-fuers-handwerk.de



Claudia Schimkowski, Gerhard Gieschen

PRAXISRATGEBER Teil 2

Der Kundenfinder

Grundlagen Marketing in drei Schritten:
Internet. Adwords. Mobil.

abc  Verlag

**Der Kundenfinder
Internet. Adwords. Mobil.**

Impressum

Originalausgabe, e-book
ISBN 978-3-93845329-2

© abc-Buchverlag Ltd, Tübingen
Alle Rechte vorbehalten

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich geregelten Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Verlags und der Autoren.

Autoren und Verlag haben alle Inhalte dieses Buchs mit großer Sorgfalt recherchiert und ausgearbeitet. Dennoch können Fehler nicht ausgeschlossen werden. Eine Haftung des Verlags oder der Autoren, gleich aus welchem Rechtsgrund ist ausgeschlossen.

Fotos: © Fotolia INFINITY, contrastwerkstatt, Minerva Studio, Fotofreundin, Alexander, Kzenon, Luftbildfotograf, julien tromeur, typomaniac © Pixelio Gerd Altmann Geralt, Bernd Sterzl, Andreas Morlock; Akademie für Geschäftserfolg; Fairtime-Consulting; Lena Lux.

Besonderer Dank gebührt www.die-umsetzer-agentur.de für die gute Zusammenarbeit bei der Publikation.

Gesamt Produktion: Agentur fürs Handwerk, Plochingen.

Besuchen Sie uns im Internet: www.abc-verlag.de oder unter www.der-handwerker-magazin.de





Claudia Schimkowski, Gerhard Gieschen

PRAXISRATGEBER Teil 2

Der Kundenfinder

Grundlagen Marketing in drei Schritten:

Internet. Adwords. Mobil.

Inhalt

4. Schritt vier:

So gewinnen Sie Kunden übers Internet

4.1. Der richtige Einstieg: Die 10-Sekunden-Show

4.2. Was muss jetzt aber rein in die Handwerker-Internetseite

4.3. Google & Co:

Sieben Punkte zur Suchmaschinen-Optimierung

4.4. Was es noch zu wissen gibt

5. Schritt fünf:

Google AdWords - Anzeigen im Internet

5.1. Ersteigerte Suchergebnisse

5.2. Der Text macht den Unterschied

5.3. Bereiten Sie Ihrem Besucher einen heißen Empfang

5.4. Optimierung Ihrer Adwords-Anzeigen

6. Schritt sechs:

Trends im Handwerk

QR-Code

Mobil - Kann Ihre Internetseite Handy?

6.1. Bloggen, Socialnetworks

6.2. Facebookkampagne und Fanseite

6.3. Kennstduenien - Empfehlungsmarketing im Internet

4. Schritt vier: So gewinnen Sie Kunden übers Internet

„Soll ich, oder soll ich lieber nicht ins Internet?“ - das überlegt sich manch Handwerker immer noch. Viele Handwerker sind jedoch, angesichts der vielen Anbieter für Internetseiten, zahlreichen Telefonanrufen von Verkäufern und Anbietern sowie der stark variierenden Preise, total verunsichert. Immer wieder erlebt man in der Beraterpraxis, dass der Handwerker dann lieber auf eine Internetseite verzichtet, als sich für etwas „Falsches“ zu entscheiden. Oft hört man auch, dass man sich als Handwerker im Internet die Preise kaputt machen würde. Dabei ist nur eines in der heutigen Zeit klar: Handwerken ohne Internet ist gleichbedeutend mit unsichtbar sein - und das für die Mehrzahl Ihrer Kunden. Und das können und wollen Sie sich sicherlich nicht leisten?

Dazu ist es notwendig das Internet einmal genauer zu betrachten: Im Juni 2008 waren in Deutschland 34,9 Millionen Nutzer, 2,215 Milliarden User waren im August 2011 weltweit online registriert. Und die Zahl der Internetuser wächst immer noch täglich.

Laut der Welt (28.02.2012) rechnen die Händler für 2012 mit sieben Prozent mehr Umsatz, außerdem: „Die Verbraucher haben im Jahr 2011 in Deutschland für Waren im Internet so viel Geld ausgegeben wie nie zuvor. Mit 21,7 Milliarden Euro übertraf der Umsatz des Online-Handels erstmals die 20-Milliarden-Euro-Marke, wie der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) am Montag in Hamburg mitteilte. Das entspricht einem Zuwachs von 18,5 Prozent im Vergleich zum Jahr zuvor. Für das laufende Jahr rechnet der Verband mit einer weiteren Steigerung auf 25,3 Milliarden Euro. „Der Kauf im Internet wird für immer mehr Kunden zur Selbstverständlichkeit“...

Es stellt sich also für Handwerker gar nicht die Frage, ob sie ins Internet wollen. Wer ernsthaft sein Geschäft betreibt, muss mit einem guten Auftritt ins Internet. Das Medium Internet muss er für seine Zwecke einspannen. Aber wie?

Auch Fliesenleger Bernhard K. wollte mit seiner Internetseite mit der Zeit gehen und die bestehende Technik und die Optik modernisieren. Im Nachhinein ist er froh, diesen Schritt endlich gegangen zu sein: „Das war schon kurz eine Investition für uns als Handwerksbetrieb. Aber ich bekomme jetzt viel häufiger Anfragen übers Internet.“ Jetzt passen seine Leistungen und die seiner Mitarbeiter, seine Preise und der Internetauftritt in einem stimmigen Gesamtpaket viel besser zusammen. Heute bekommt er häufig positive Rückmeldungen zu seiner Internetseite von neuen und alten Kunden und dadurch auch ständig neue Aufträge. „Qualität sieht man einfach. Das ist ja bei unserer Arbeit auch nicht anders“, ist sein zufriedenes Fazit.

Für Sie als Handwerker stellt sich also nur die Frage: „Wie bekomme ich als Handwerker einen professionellen Internetauftritt, der wirklich was bringt?“

Betrachten Sie zunächst einige wichtige Besonderheiten von Handwerker-Internetseiten:

Auftragsvergabe

Die Informationsbeschaffung steht für Internetuser ganz oben. Die Auftragsvergabe im Handwerk läuft jedoch in der Regel nicht über die Internetseite - sondern immer über den persönlichen Kontakt. Also von Angesicht zu Angesicht. Also zwischen Ihnen und Ihrem Kunden persönlich. Die eigentliche Kaufentscheidung wird durchs Internet nur unterstützt oder vorbereitet. Eine Internetseite rechnet sich also stets nur indirekt. Sie werden folglich höchst selten - sehr wahrscheinlich nie - einen Auftrag nur über das

Internet erhalten. Das muss Ihnen vor der Erstellung einer eigenen Seite bewusst sein.



Handwerkerleistung wird nicht direkt über die Internetseite beauftragt. Ein guter Internetauftritt erleichtert Ihren Kunden jedoch die Auftragsvergabe!

Für die Handwerker-Internetseite bedeutet das ganz konkret: den Eindruck den Sie mit Ihren anderen Bausteinen (vergl. Der Kundenfinder Teil 1, Marketing in drei Schritten: Kunden. Profil. Verkaufsverpackung.) beim Kunden aufgebaut haben, müssen Sie auch im Internet vermitteln.

Sichtbarkeit beim Kunden, Ihr Profil als Service-Handwerker und Ihr Internetauftritt sind förmlich miteinander verzahnt. Bauen die Maßnahmen aufeinander auf, so unterstützen und verstärken sich Ihr Marketing und Ihre Werbung durch die unterschiedlichen Werbekanäle.

Tritt der Handwerker im Internet seriös und professionell auf, dann arbeitet seine Seite für ihn, und das sogar unabhängig von Büro- und Arbeitszeiten. Damit ist die eigene Handwerksinternetseite Ihre ideale Unterstützung im Vertrieb, die rund um die Uhr Fragen