

„Zu uns kommen täglich Tausende von Besuchern“

Der Handwerksbetrieb und das Internet — Viele Handwerksbetriebe beklagen sich über großen Preisdruck, mangelhafte Kundenbindung, kaum Fachpersonal, durchwachsene Auftragslagen und dergleichen. Eine optimale Performance im Internet kann beim Optimieren all dieser Punkte eine starke Unterstützung bieten.

Mit einem maßgeschneiderten Auftritt im Netz finden Sie die richtigen Kunden, die auch bereit sind, Ihren Preis zu bezahlen. Sie verbessern den Kundenservice, binden damit Ihre Bestandskunden und Sie haben die große Chance, dass hervorragende Fachkräfte und überdurchschnittlich geeignete Ausbildungsbewerber auf Sie aufmerksam werden. Voraussetzung, damit dies funktioniert: Ihr gesamter Web-Auftritt ist perfekt geplant und

wird dementsprechend von Ihnen umgesetzt. Einige Fakten dazu: Das Internet ist unbestritten erwachsen geworden und ist heute die größte Messe der Welt. 96,7 Prozent nutzen das Netz als Informationsquelle und 79,7 Prozent haben in den letzten 12 Monaten im Internet gekauft (Quelle: Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung). Dennoch besitzt nicht mal die Hälfte der Handwerksbetriebe eine eigene Website. Wer nicht im Internet ist, kann nicht gefunden

werden und überlässt dem Mitbewerber das Feld. Wertvolles Kundenpotenzial wird grob fahrlässig verschenkt!

Schaufenster ohne Kundennutzen

Laut Bundesverband Digitale Wirtschaft machen nur wenige Unternehmen mit ihrer Website regelmäßigen Umsatz. Damit besitzen die allermeisten Firmen, die schon eine Internetseite haben, nur ein Schaufenster im Internet, das kei-



ERFAHRUNGEN DES AUTORS

Ich bin Malerunternehmer in dritter Familiengeneration. Mit einem 6-Mitarbeiter-Betrieb und einer Spezialisierungsstrategie sind wir in unserem Markt im Rhein-Main Gebiet ganz gut positioniert. Individuelle Wohn- und Wandgestaltungen für Privatkunden sind unser Metier. Anfang 2010 fiel bei mir eine wesentliche Entscheidung: Das Marketing unseres kleinen Handwerksunternehmens muss ins Internet. Wie ich das allerdings genau umsetzen wollte, war mir zu diesem Zeitpunkt noch nicht klar. Drei Jahre danach generieren wir 72 % unseres gesamten Firmenumsatzes aus dem Internet, unsere Website erfreute sich in 2013 an über 2,9 Mio Seitenaufrufen. Heute kommen einige Tausend Besucher in unser kleines Handwerksunternehmen, Tag für Tag(!). Obwohl wir lediglich ein kleines Büro und 100 m² Lageräume haben. Und unsere sechs Mitarbeiter fühlen sich bei diesem Run weder gestresst oder gar überlastet. Viele Tausend Menschen jeden Tag! Jeden einzelnen mit Handschlag begrüßen zu wollen, wäre eine große Aufgabe. Nein, für den Ansturm in dieser Größenordnung benötigen wir kein Verkehrs- und Parkplatzkonzept, auch gibt es keine Wartezeiten für die Besucher. Jeder Gast bewegt sich in unserem kleinen Unternehmen dort, wo er möchte, wofür er sich gera-

de interessiert, was ihn anspricht. Es ist für jeden Platz, ohne anzustehen, ohne Gedränge. Die einen stöbern in unserer Firmenzeitschrift, lesen Direktreportagen von unseren Baustellen und kurzweilige Geschichten aus dem Alltag unseres Handwerksunternehmens. Andere schlendern durch unsere Ausstellung und betrachten sich unsere Arbeiten, holen sich Ideen und Anregungen für Ihre eigene Wohnungsneugestaltung oder für ihr neues Haus. Manche stellen Fragen, suchen unsere Beratung und einige davon möchten auch gleich einen Vororttermin mit mir. Ach ja: Unsere Öffnungszeiten sind nicht begrenzt. Die Besucher kommen auch nach 18.00 Uhr oder am späten Abend oder am Sonntag, wenn es regnet. Ganz individuell eben und ohne Terminvereinbarung! Scheinbar gefällt es unseren Gästen bei uns, viele schreiben uns das jedenfalls. Die einsetzende Mundpropaganda trägt dazu bei, dass nach und nach immer mehr Menschen zu uns kommen. Die einen aus Neugierde, andere zur Ideen-

findung oder zum Zeitvertreib und wieder andere werden unsere Kunden und erzählen anschließend darüber. Irgendwie können wir das gar nicht mehr aufhalten. Warum auch? Es hat doch gerade erst angefangen, die Zukunft hat begonnen!



Foto: Thorben Wengert / pixelio.de

Einkaufen und Beratung ohne Parkplatzsorgen und Öffnungszeitenregelung: Das Internet bietet auch Handwerksunternehmen die Möglichkeit, sich im Marketing umzustellen.



Der Internet-Marketing-Plan für Handwerksunternehmen, Autoren: Volker Geyer, Thomas Issler, Printversion Hardcover 27,90 Euro, ISBN 978-3-945240-04-5, E-Book 9,90 Euro, ISBN 978-3-945240-05-2

ne Kunden bringt, dafür aber Monat für Monat Kosten produziert. Dass es für Handwerksbetriebe auch deutlich anders geht, möchte ich Ihnen anhand meiner gemachten Erfahrungen im eigenen Handwerksbetrieb zeigen – lesen Sie dazu den Kastentext.

Alles Internet-Marketing beginnt mit der Planung und Umsetzung einer optimalen Website. **Ein Tipp:** Starten Sie nicht mit Social Media (Facebook, Twitter etc.), wenn Ihre Internetseite noch im Argen liegt. Alles wirkt zusammen, deshalb erst die optimale Website, dann Facebook & Co. Ihre Webseite kann nur so erfolgreich werden, wie der Zustand Ihres Unternehmens es zulässt. Beim Planen einer Internetseite zeigt sich ganz deutlich, wie gut Sie Ihre Marketing-Hausaufgaben gemacht haben.

Kennen Sie Ihre Zielgruppe? Wissen Sie, für wen genau Sie tätig werden wollen? Nur dann können Sie sich damit beschäftigen, welche „Sprache“ Sie auf Ihrer neuen Webseite sprechen wol-

len. Eher technisch/faktisch oder besser bildhaft/emotional? Wie ist die Sprache der Menschen, die Sie erreichen möchten?

Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal?

Was können Sie ganz besonders gut?

Bieten Sie Leistungen und Services, die Ihre Zielgruppe dringend benötigt, die Ihre Mitbewerber möglicherweise nicht haben, vielleicht überhaupt nicht leisten können? Wissen Sie genau, welche Produkte, Leistungen und Services Sie auf Ihrer neuen Webseite zeigen und bewerben möchten? Wissen Sie, welche Ihrer Leistungen Sie möglicherweise nicht zeigen möchten? Je besser Sie sich diese Fragen beantworten können, desto besser haben Sie Ihre Hausaufgaben gemacht und desto leichter wird es Ihnen fallen, eine optimale Webseite zu planen, auf der sich genau die Menschen, die Sie als Kunden haben möchten, wohlfühlen.

Ob Sie wollen oder nicht, das Internet macht Sie zu einer Marke. Die einen werden schnell zu po-

sitiven Marken, bei anderen sieht der Webseitenbesucher sofort, dass nicht alles optimal ist. Möglicherweise überträgt er diesen Eindruck, wenn auch oft unberechtigt, auf die Qualität Ihrer Arbeiten.

Deshalb: Die Planung einer neuen Webseite ist eine Marketing-Chance für Sie. Setzen Sie sich zuerst mit den oben gestellten Fragen auseinander, bevor Sie mit der Planung und Umsetzung starten. Sie werden sehen, je mehr Sie sich damit auseinandersetzen, desto mehr Marketing-Struktur geben Sie Ihrem Betrieb. Sehen Sie dies als langfristige, strategische Investition. Sie selbst entwickeln sich dabei ebenso.

Ich möchte Ihnen in den kommenden Ausgaben der GLASWELT meine praktischen Erfahrungen weitergeben. Von mir bekommen Sie Tipps, wie Sie im Internet sicher und imagefördernd auftreten können. Und vor allem, wie Sie mit Ihrer Internetseite neue Kunden, neue Aufträge und somit direkten Umsatz generieren werden.

Die Artikelserie besteht aus 5 Beiträgen zu den Themen:

- Die Planung der optimalen Website.
- Weblog – braucht ein Handwerksunternehmen das?
- Google – die Poleposition im Web.
- Was sind soziale Medien und wem nutzen sie?
- Facebook – Die Nummer 1.



DER AUTOR

Volker Geyer ist Maler- und Lackierermeister, Betriebswirt des Handwerks und Inhaber diverser Marken im Handwerk. 2011 erhält er die KMU-Auszeichnung der EU, 2012 Sieger der Handwerksseite des Jahres. Dazu ist er Buchautor und Vortragsredner



www.internet-marketing-im-handwerk.de