



Der Kundensauger

Im Internet auf Kundenfang: Leistungsstarke Internet-Akquise-Systeme für Handwerker

Von Aaron Buck

Gerade Inhaber kleiner Handwerksbetriebe haben häufig Probleme, professionell Marketing zu betreiben. Oft lässt ihre Betriebsstruktur das nicht zu. In der Folge kämpfen sie mit schwankenden Auftragseingängen. Andererseits bringen aufwändige Marketingmaßnahmen auch nicht immer die erhoffte Nachfrage und die Zeit, um nachzufassen, bleibt im Tagesgeschäft auf der Strecke.

Welche Möglichkeiten bieten sich einem zukunftsorientierten Handwerksbetrieb, um die alles entscheidende Auftragsituation zu stabilisieren? Jedes Unternehmen braucht eine Zukunftsvision, eine Zielsetzung, welche Kundengruppe mit welchem Nutzen zu versorgen ist. Das leuchtet zwar ein, dennoch gehen zu viele Unternehmer steinigere Wege, weil sie keine Zeit für die Entwicklung einer Vision haben oder nicht wissen, wie diese Aufgabe realisiert werden kann.

Zahlreiche Handwerksbetriebe arbeiten schon seit vielen Jahren nach der „Engpass-Konzentrierten Strategie“ (EKS) und haben damit ihre Branchenprofilierung enorm gesteigert. Die Bezeichnung EKS wird für einen Management-

trieren können. Eisele ist überzeugt: „Unternehmer, die das Sog-System auf ihrer Homepage nutzen, können mit einem geringeren Marketingbudget als bisher systematisch Interessenten gewinnen und Schritt für Schritt das notwendige Vertrauen aufbauen.“ Zeitraubendes Nachfassen auf Werbeaktionen (Briefe, Telefongespräche oder E-Mails) würden beim Kunden-Sog-System automatisiert und kostengünstig per Mail über das Internet erledigt. Das Kunden-Sog-System läuft zu knapp 80 Prozent über das Internet. Mithilfe dieses programmierten Tools können interessierte Besucher der Betriebshomepage dort – oder auf einer eigens generierten zusätzlichen Landing-Page – einen Ratgeber anfordern, indem sie ihre Kontaktdaten (Name, Anschrift, Telefon, E-Mail-Adresse) eingeben. Das Kunden-Sog-System verschickt dann die gewünschten Infos automatisch und rund um die Uhr. Der registrierte Personenkreis erhält so in regelmäßigen Abständen eine automatisch verschickte Serie verschiedener nützlicher Informationen. „Die Mails werden nicht als Spam oder unerwünschte E-Mails empfunden“, sagt Eisele, „weil der Absender schon bekannt ist und die Interessenten etwas von ihm wollen.“ Auch das Erfra-

mens im Internet wird medial beworben. Diese spezielle Ein-Seiten-Internet-Homepage ist eben dafür da, Adressen von Interessenten zu sammeln und den Ratgeber automatisch zu versenden. Das erspart dem Interessenten lange Wartezeiten und dem Betrieb Porto- und Druckkosten. Innerhalb weniger Minuten verfügt der potenzielle Kunde über die gewünschten Informationen.

5. Autoresponder (System-Automatisierung)

Ein Autoresponder (spezielle E-Mail-Software und Datenbank) erledigt im Hintergrund alle Aktivitäten (Versand Ratgeber und E-Mails) und kann den Kontakt mit der Zielgruppe über Jahre aufrechterhalten.

Kein Interessent

wird vergessen. Der Betrieb wird von Routineaufgaben im Marketing und Verkauf entlastet. Zudem baut sich das Unternehmen einen langfristigen Vorrat an Interessenten und Aufträgen auf.

6. Newsletter und Regelmäßiger-Zielgruppen-Informationen-Dienst (RZID)

Um Kontakt zu halten und Vertrauen aufzubauen, ist es sinnvoll, mit einem Newsletter alle drei bis vier Monate über Neuigkeiten aus dem Unternehmen zu berichten. Das bedeutet auch einen Wettbewerbsvorsprung. Der RZID, der ebenfalls per Autoresponder verschickt wird, sollte

spezielle Alleinstellungsmerkmale von Produkten oder Leistungen durch besondere Aufbereitung der Informationen vermitteln. Erklärungsbedürftige Vorgänge oder Produktnutzen sind grafisch und textlich aufzubereiten, um sie dem Leser verständlich zu machen.

7. Fragebogen im Internet

Speziell ausgearbeitete Fragebögen im Internet sorgen für eine Vorselektion der Interessenten. Diese Informationen sind Gold wert, weil der Betrieb sich so ein Bild von dem Interessenten machen kann und seine Bedürfnisse genauer kennt – und zwar ohne zu telefonieren, automatisch per Internet.

Ganz ohne persönlichen Einsatz beim Verkaufen von Handwerkerdienstleistungen

geht es natürlich nicht. Nachdem der Kontakt und die Bedarfsanalyse über das Kunden-Sog-System hergestellt wurden, folgt das aktive Verkaufen als

nächster Schritt. Durch Controlling werden rechtzeitig Planabweichungen festgestellt und Gegenmaßnahmen eingeleitet. So wird gewährleistet, dass die Ziele des Unternehmens erreicht werden.

Ein kostenloser Ratgeber für Handwerker kann unter www.kunden-sog-system.eu/bau.php angefordert werden

Foto: imago



lehre verwendet, die für die Formulierung persönlicher oder geschäftlicher Strategien steht und als Markenzeichen geschützt ist. In dieser Denkweise rückt der Interessent beziehungsweise der Kunde in den Mittelpunkt. Das heißt: Der Nutzen steht an erster Stelle und nicht der Preis.

Kunden-Sog für Handwerker

Auf Basis der EKS hat der beratende Betriebswirt Walter Eisele das „Kunden-Sog-System“ für Handwerksbetriebe entwickelt. Dieses bietet erprobte Marketing- und Vertriebswerkzeuge einschließlich Controlling auf Internetbasis. Das System soll seine Anwender von Marketingaufgaben entlasten, damit die sich ausschließlich auf ihre Kunden und deren Wünsche konzen-

gen von Kundenwünschen und das lästige Nachhaken bei individuellen Werbeaktionen werden vom Kunden-Sog-System automatisch bearbeitet und protokolliert.

Aus Interesse werden Aufträge

Eisele zufolge wird ein Interessent in nur sieben Schritten tatsächlich zum Kunden:

1. Unternehmensstrategie

Zunächst müssen die Handwerksbetriebe mit einer eindeutigen strategischen Ausrichtung ihre individuellen Stärken manifestieren. Das ist die Grundlage für die Entwicklung von mehr Kundennutzen und der eindeutigen Positionierung bei der Zielgruppe als Spezialist.

2. Ratgeberbroschüre

Auf dem Fundament dieser Unternehmensstrategie und -stärken ist dann eine spezielle Ratgeberbroschüre zu konzipieren. Diese Broschüre muss dem interessierten Leser einen echten Nutzen bieten und ist nicht mit einer Imagebroschüre zu verwechseln. So nimmt der potenzielle Kunde den Betrieb als Experten für die jeweiligen Dienstleistungen wahr.

3. Anzeigen in regionalen Tageszeitungen und bei Google

Der Ratgeber muss in regionalen Zeitungen und im Internet – insbesondere bei Google – beworben werden. Diejenigen, die sich aktuell mit der Thematik der Broschüre (z.B. Bauen eines Ökohauses oder energiesparender Hausumbau etc.) beschäftigen, fordern diesen Ratgeber auch an, weil sie das Thema interessiert und sie Bedarf an der Leistung des Betriebs haben.

4. Landing-Page (Zusatz-Homepage)

Die (neue) Landing-Page des Unterneh-

Fazit

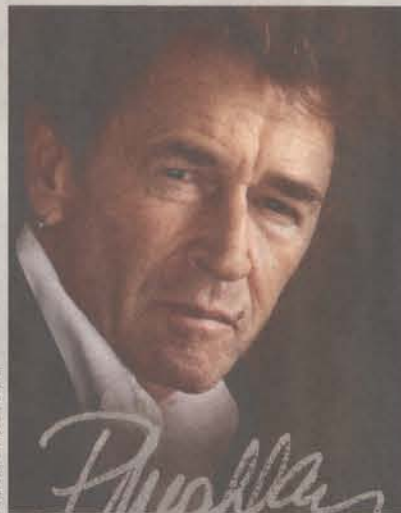
Das Kunden-Sog-System führt dem Handwerksbetrieb Woche für Woche neue Interessenten anfragen zu. Die wichtigen Kommunikationsabläufe werden automatisch gesteuert und überzeugen durch niedrige Kosten und Effektivität.

Besondere Systemmerkmale:

- Mehr Rücklauf als bei herkömmlichen Werbemaßnahmen.
- Woche für Woche neue Interessenten.
- Interessent erkennt den Handwerksbetrieb als Branchenspezialisten.
- Wichtiger Vertrauensaufbau.
- Kontinuierlicher Aufbau einer Interessentendatei mit aktuellen E-Mail-Adressen.
- Neue Aufträge/Kundengewinnung.

Sponsoren

HANDWERKERfinden.com



Spendenkonto:
Peter Maffay Stiftung

Stichwort:
»Deutsches Handwerk hilft«

Konto-Nummer 7657030
Bankleitzahl 701 900 00
Münchener Bank eG

Beachten Sie bitte, dass nur die Peter Maffay Stiftung Spendenbescheinigungen ausstellt.



Alle Bilder: Sebastian Szadila



PETER MAFFAY
STIFTUNG

Deutsche Handwerks Zeitung

handwerk
magazin



DEUTSCHES
HANDWERK
HILFT

Eine Aktion der Peter Maffay Stiftung, der Deutschen Handwerks Zeitung und handwerk magazin

Weitere Informationen
www.deutsches-handwerk-hilft.de

Spenden-Hotline
01805 009736*
8 - 17 Uhr

„Schenken Sie Kindern eine Zuflucht ...“

... in der Schutzburg Radeln. Hier suchten schon die Sieben-bürger Sachsen Sicherheit vor den angreifenden Tartaren. Peter Maffay, in dieser Gegend geboren, will mit seiner Stiftung in der Schutzburg Radeln wieder eine Zufluchtstätte errichten.

Die ehemalige Schutzburg soll zu einem Erholungsheim für vernachlässigte, missbrauchte und traumatisierte Kinder umgebaut werden. Kinder, die Schreckliches erleben mussten, sollen dort wieder lachen lernen. Wir brauchen Sie, damit dieser Traum wahr werden kann:

- Helfen Sie mit Ihrer **Arbeitsleistung** als Bauhandwerker vor Ort,
- helfen Sie mit **Sachspenden** wie Maschinen und Baumaterial oder
- helfen Sie durch Ihre **Geldspende**.



Hans Holzmann Verlag GmbH & Co KG, Gewerbestr. 2, 86825 Bad Wörishofen