

Wieviel Online Marketing ist genug?

DS Digitale Seiten GmbH

Mit der zunehmenden Bedeutung, die das Internet für Verbraucher auf der Suche nach Dienstleistern einnimmt, wird das Thema Online-Marketing auch für Handwerksbetriebe immer wichtiger. Doch welche Kanäle gibt es überhaupt und welche davon sind für Maler und Lackierer wirklich interessant? Wie hoch ist der Zeit- und der Kostenaufwand und wann hat sich dieser gelohnt?

Einer Studie der telegate AG zufolge wurden schon 2011 ca. 49% der lokalen Suchanfragen über das Internet und nur 37% mithilfe gedruckter Branchenbücher ausgeführt. Dieser Trend setzt sich weiter fort, sodass die Rolle des Internets bei der Suche nach Dienstleistern immer bedeutender wird. Dabei nutzen Verbraucher Referenzen sowie Erfahrungsberichte ehemaliger Kunden, um sich ein Bild von den Leistungen und der Zuverlässigkeit eines Betriebes zu machen und sich darauf basierend für einen bestimmten Dienstleister zu entscheiden.

	Kundenakquise möglich	Nachwuchsgewinnung möglich	Aufwand	Potenzial
	X	X	Mittel	
	X	X	Hoch	
	X	X	Hoch	
	X	X	Hoch	
	(X)	(X)	Mittel	
		X	Niedrig	

© DS Digitale Seiten GmbH

Welche Marketing-Kanäle gibt es?

Alle Online-Marketing-Kanäle greifen diese Entwicklung auf und bieten Ihnen als Betriebsinhaber die Möglichkeit, sich als Dienstleister im Internet zu präsentieren und den Wert sowie die Qualität Ihrer Arbeit hervorzuheben. Je nachdem, welches Ziel Sie mit der Online-Werbung verfolgen, empfehlen sich unterschiedliche Strategien und Kanäle, um Ihren Betrieb künftig verstärkt zu bewerben:

Unternehmens-Website

Die eigene Firmenwebsite kann für KMU im Maler- und Lackiererhandwerk zur Visitenkarte im Internet werden. Ihr großer Vorteil liegt darin, dass Sie die volle Kontrolle über alle Inhalte behalten. Nachteilig äußert sich der technische Aufwand für die Erstellung einer eigenen Website; jedoch ermöglichen moderne Baukastensysteme es auch für Laien, zumindest einfach gestaltete Websites aufzubauen. Darüber hinaus bieten Anbieter wie Maler.org inzwischen auch Webseiten mit einem integrierten Full-Service-Angebot. Dabei übernehmen die Experten die Einrichtung, Gestaltung und Texterstellung für Ihren Betrieb.

Google AdWords

Bei Google-Werbung bezahlen Sie pro Klick auf Ihre Anzeige. Hier ist Erfahrung mit der Optimierung von Werbeanzeigen und im Umgang mit Keywords, also spezifischen Suchbegriffen, über die Sie von potenziellen Kunden gefunden werden möchten, notwendig. Damit das Budget sinnvoll eingesetzt wird, sollten Sie sich im Zweifelsfall von einem Experten unterstützen lassen.

Social Media

Über soziale Netzwerke läuft die Mund zu Mund-Propaganda von heute. Der größte Vorteil sozialer Netzwerke liegt in ihrer hohen Reichweite und der schnellen Verbreitung von Inhalten. Mehr als 70% der Internetnutzer sind in einem sozialen Netzwerk angemeldet, bei den Internetnutzern unter 30 Jahren sind es sogar **über 90%**. Trotz der rasanten Entwicklung bestehender des sozialen Netzes ist die Konkurrenz im Handwerk aber noch verhältnismäßig gering. Wer jetzt einsteigt, sichert sich damit einen Vorsprung und kann Social Media als langfristiges Pro-

jekt angehen. So können Sie umso mehr Erfahrungswerte sammeln und in Zeiten schwächerer Auslastung von dem profitieren, was Sie jetzt aufbauen. Achten Sie jedoch bei der Auswahl eines Netzwerkes auf dessen Schwerpunkt und die mögliche Zielgruppe, die Sie dort erreichen können!

Online-Branchenverzeichnisse

Für Maler- und Lackierbetriebe sind drei verschiedene Kategorien von Online-Verzeichnissen interessant:

- **Allgemeine Branchenverzeichnisse** wie Gelbe Seiten oder Das Örtliche
- **Branchenverzeichnisse für alle Handwerkszweige** wie die Datenbanken der Handwerkskammern oder MyHammer
- **vertikale Handwerksverzeichnisse** wie die Datenbank des Bundesverbandes Farbe Gestaltung Bautenschutz oder Maler.org, die auf die Maler- und Lackiererbranche spezialisiert und fokussiert sind.

(Fortsetzung nächste Seite)

(Fortsetzung)

- Neben grundlegenden Leistungen wie dem Firmeneintrag im jeweiligen Verzeichnis gibt es weitere, die sich je nach Anbieter unterscheiden. Dazu gehören:
 - Die gezielte Erhöhung der Sichtbarkeit im Internet durch Suchmaschinenoptimierung;
 - die Möglichkeit, Kundenbewertungen zu sammeln und Referenzen zu zeigen;
 - die Möglichkeit, Kundenanfragen zu generieren und Neukunden zu gewinnen;
 - und die Möglichkeit, Bewerbungen von potenziellen Mitarbeitern und Azubis zu erhalten.

Welcher ist der richtige Weg für Ihren Betrieb?

Branchenverzeichnisse bieten unterschiedliche Leistungen an, soziale Netzwerke funktionieren nicht alle nach denselben Regeln, und der Wert einer Website hängt unter anderem davon ab, wie gut sie in Folge im Internet auffindbar ist. Um also entscheiden zu können, welchen Marketing-Kanal Sie zur Bewerbung Ihres Betriebes nutzen sollten, müssen Sie sich als erstes darüber klar werden, was Sie damit eigentlich erreichen möchten:

- Soll Ihr Betrieb möglichst gut über das Internet gefunden werden?
- Wollen Sie **Werbung** für Ihren Betrieb machen, mit Referenzen und Erfahrungsberichten Ihrer zufriedenen Kunden überzeugen?
- Möchten Sie den Kontakt zu **Bestandskunden** pflegen oder brauchen Sie **Aufträge von Neukunden**?
- Suchen Sie vor allem neue **Mitarbeiter**?

Listen Sie Ihre Ziele auf, priorisieren Sie diese und stellen Sie die Möglichkeiten einzelner Marketing-Kanäle demgegenüber. Durch den direkten Vergleich von Bedarf und Angebot finden Sie so schnell die für Ihre Zwecke am besten geeignete Werbevariante.

Woher wissen Sie, ob sich der Aufwand gelohnt hat?

Um entscheiden zu können, welchen Kanal Sie als erstes testen sollten, vergleichen Sie Aufwand und Nutzen: Definieren Sie, was Ihnen ein neuer Kunde beziehungsweise ein Auftrag oder aber ein neuer Azubi wert ist. Stellen Sie dem gegenüber, welchen Zeit- und Kostenaufwand die Erstellung und Pflege der eigenen Website oder eine Präsenz in einem sozialen Netzwerk mit sich bringt: Was kostet der Eintrag auf dem ausgewählten Branchenverzeichnis, müssen eingehende Kundenanfragen oder Bewerbungen extra bezahlt werden? Und wieviel Budget ist für zusätzliche Werbung notwendig?

Diese einfache Kosten-Nutzen-Rechnung gibt Ihnen bereits im Vorfeld einen Einblick darüber, welcher Marketing-Kanal sich am ehesten für Sie lohnen kann, und ist auch später ein wichtiges Kontrollinstrument: Stellen Sie die Kosten wie oben beschrieben den gewonnenen Kundenaufträgen gegenüber und ermitteln Sie so den finanziellen Nutzen der Online-Werbung. Ein einfaches Beispiel: das kleinste Premium-Paket bei Maler.org, mit welchem Sie unter anderem ausgesuchte Kundenanfragen aus Ihrer Region erhalten, kostet 29 € im Monat, also 348 € im Jahr. Wenn Sie also nur einen Auftrag im Jahr generieren, der über diesem Beitrag liegt, hat sich der Vertrag für Sie bereits gelohnt.

Bei Online-Brancheverzeichnissen sollten Sie außerdem darauf achten, dass Ihnen re-

gelmäßig eine Auflistung der eingegangenen Kontakte, Aufträge oder Bewerbungen zugesandt wird. Um den nicht nur den finanziellen Gewinn, sondern auch die Steigerung Ihrer Bekanntheit oder die Entwicklung Ihrer Reputation einschätzen zu können, bietet sich die direkte Auswertung von Außenkontakten an: Richten Sie für verschiedene Marketing-Kanäle unterschiedliche E-Mail-Adressen ein oder schalten Sie für eine separate Telefondurchwahl, sodass Sie genau nachvollziehen können, wie viele Kontakte Sie über diese Kanäle gewonnen haben und von welcher Qualität die Anfragen waren.

Das Internet wächst und wird in Zukunft eine immer wichtigere Rolle beim Reputationsmanagement und in der Neukundengewinnung für Maler- und Lackierbetriebe spielen! Längst sind nicht mehr nur junge Leute im World Wide Web unterwegs – Präsentieren Sie sich also dort, wo Ihre Kunden Sie suchen! Wichtig dabei ist jedoch, dass Sie Ihre Ziele klar definieren, die Leistungen verschiedener Marketing-Kanäle vergleichen und sich im Zweifelsfall auf Experten verlassen, welche Ihnen das Knowhow und die Ressourcen bieten, um Ihren Betrieb effektiv zu präsentieren und auffindbar zu machen.

Nicole Goldstein-Rackow,
DS Digitale Seiten GmbH

Maler.org

Maler.org – Mehr als ein 08/15-Adressverzeichnis

Seit dem 1. Juni 2011 kooperiert das Branchenverzeichnis mit dem Bundesverband Farbe Gestaltung Bautenschutz, um Meisterbetrieben der Maler- und Lackierer-Innungen eine seriöse, professionelle und moderne Präsentation im Internet sowie dessen Nutzung als attraktivem Online-Marketing-Kanal zu ermöglichen.

Maler.org bietet allen Innungsmitgliedern eine reichweitenstarke Plattform zur Auftragsgenerierung. Aufgrund der zentralen Stellung, welche das Internet sowie das mobile Internet mittlerweile bei der Neukundengewinnung einnimmt, ist die Unterstützung aller Innungsbetriebe bei der Optimierung ihrer Unternehmenspräsenz im World Wide Web eine der zentralen Leistungen von Maler.org. Darüber hinaus haben alle Innungsmitglieder einen kostenlosen Zugriff auf die Auftragszentrale und damit auch auf hundertprozentig handgeprüfte Kundenanfragen aus dem Online-Marketing-Kanal.

Die Suchfunktion mit Vorteilen für Verbraucher und Fachbetriebe

Jeder Maler- und Lackierbetrieb wird auf Maler.org mit einem kostenfreien Grundeintrag gelistet und kann von Endkunden über die Suche gefunden und aufgerufen werden. Um dabei die Auftragsabwicklung für Fachbetriebe und Endkunden gleichermaßen komfortabel zu gestalten, bietet die Suche nun die Möglichkeit, stets **den nächstgelegenen Innungsbetrieb zu kontaktieren**: Möchte ein Endkunde einen Maler- und Lackierbetrieb in seiner Region finden, kann er in der Suchmaske einen Ort oder eine Postleitzahl angeben. Geeignete Firmeneinträge werden ihm daraufhin aufsteigend geordnet angezeigt, entsprechend ihrer Entfernung zum gewählten Standort.

Die Maler.org-Auftragszentrale im Überblick

Alle bei Maler.org eingehenden Verbraucheranfragen werden durch den Kundenservice händisch geprüft bevor die Anfrage an Betriebe weitergeleitet wird. Der passende regi-

The screenshot shows the Maler.org website interface. At the top, there is a header with the Maler.org logo, a customer service phone number (030 609 882 973 00), and several certification logos. Below the header, a welcome message reads: "Herzlich willkommen, Herr Mustermann in Ihrer persönlichen Maler.org-Zentrale." The main content area is divided into two columns. The left column, titled "Aktuelle Anfragen", lists several requests with their dates and times, including "Tapezierarbeiten", "Schimmelsanierung", "Wärmedämmung", "Anstrich-/Lackierarbeiten", and "Fassadenarbeit". The right column, titled "Auftragsdaten im Überblick", provides detailed information for a specific request: "Wärmedämmung" on 27.02.2013 - 17:24:59. It lists the location (10117 Berlin), distance (2 km), number of rooms (no data), area (100 qm), and project duration (2 weeks). A map shows the route and a "Luftbild" view. Below the map are buttons for "Anfrage ablehnen" and "Anfrage annehmen". The "Kundendaten" section shows the customer's name (Mustermann), phone number, email, street, and postal code (10117 Berlin). A blue button says "Jetzt Bonität prüfen". At the bottom, a note states: "Die Kundendaten sind erst sichtbar, wenn Sie die Anfrage annehmen. » Jetzt Anfrage annehmen".



Fassadenansicht Ihres Auftragsortes

Entfernungsanzeige zu Ihrem Auftraggeber

Verminderung von Zahlungsausfällen mit der Bonitätsprüfung!

onale Betrieb erhält daraufhin eine E-Mail mit einem Link, über welchen er seine persönliche Auftragszentrale aufrufen und eine Übersicht aller potenziellen Kundenaufträge einsehen kann. Diese beinhaltet auch die dazugehörigen Auftragsdaten wie die Postleitzahl, eine Kurzbeschreibung der anstehenden Arbeiten sowie eine Vorschau auf die Route zum Kunden.

Kunden, die alle Funktionen von Maler.org für ihre Kundengewinnung nutzen möchten, können dabei auf folgende Zusatzleistungen zurückgreifen (ab 29 Euro/Monat):

- **Hervorgehobenes Profil** in den Suchergebnissen
- **Km-Anzeige** der genauen Entfernung zum Auftraggeber
- **Bonitätsprüfungen**, um die Bonität von potenziellen Kunden zu prüfen
- **Automatische E-Mail-Benachrichtigung** bei einem verpassten Anruf

Der Maler.org-360°-Service ist gern für Sie da!

Das Innungsportal Maler.org bietet Innungsbetrieben noch weitere Leistungen rund um die professionelle Darstellung Ihrer Firma: von der Unterstützung bei der Erstellung einer eigenen Firmenhomepage, über die Azubi Suche über das Internet bis zu einer individuellen Unternehmenspräsenz auf Facebook.

Haben Sie Fragen zu den Angeboten? Rufen Sie an:

Herr Stender
Tel.: (030) 609 882 977

vom Maler.org-Team berät Sie gerne!