



Online-Marketing im Handwerk

**Mit dem richtigen Werkzeug
die Bekanntheit des
Handwerksbetriebes steigern**

Beate Buck

Beate Buck



Online-Marketing im Handwerk

Mit dem richtigen Werkzeug die Bekanntheit
des Handwerksbetriebs steigern

Texte © Copyright by
Beate Buck, Jägerstraße 29, 70806 Kornwestheim
www.beatebuck.com
info@beatebuck.com

Autorin: Beate Buck
Covergestaltung über Canva
Printed in Germany

ISBN: 978-3-9825345-0-3

1. Auflage 2023

Alle Rechte vorbehalten

Inhaltsverzeichnis

WARUM ONLINE-MARKETING GERADE JETZT WICHTIG IST 4

DIE FESTLEGUNG EINER ZIELGRUPPE IM MARKETING 8

**MIT DEN MARKETINGMAßNAHMEN DIE ZIELGRUPPEN
ERREICHEN 12**

DIE WEBSITE - DAS FUNDAMENT FÜR DEN ERFOLG 18

DIE INHALTLICHE GESTALTUNG EINER WEBSITE 24

MIT EINEM BLOG VON DER MASSE ABHEBEN 31

LEITFADEN ZUM INDIVIDUELLEN BLOGBEITRAG 34

WARUM ZAHLEN UND FAKTEN WICHTIG SIND 39

**MIT DEM ONLINE-MARKETING DIE BEKANNTHEIT
STEIGERN 42**

LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK 49

ÜBER MICH / KONTAKT 51

ERKLÄRUNG VON FACHBEGRIFFEN 52

Warum Online-Marketing gerade jetzt wichtig ist

Der Wohnungsbau stockt. Die Zahl der Baugenehmigungen bricht aufgrund von gestiegenen Zinsen und Materialkosten ein.

Private Bauherren stornieren ihre Bauvorhaben, weil die Gesamtkosten den finanziellen Rahmen überschreiten. Die Teuerung trifft nicht nur private Bauherren, auch Wohnungsbaukonzerne wollen laufende Bauprojekte fertigstellen, stoppen aber Neubauten für das Jahr 2023.

Handwerksunternehmen spüren bereits diese Entwicklung. Handwerker, die vorwiegend für Wohnungsbaugesellschaften arbeiten, sprechen von einem deutlich eingebrochenen Auftragsvolumen.

Was bedeutet diese Entwicklung für Handwerksbetriebe? Es findet eine Änderung der Positionierung des Unternehmens statt. Handwerker, die für Bauträger arbeiten, suchen alternative Auftraggeber. Die Konkurrenz steigt für Handwerksunternehmen, die bisher vorwiegend für private Bauträger gearbeitet haben.

Gerade in der aktuellen Entwicklung ist es daher wichtig, als Handwerker im Internet sichtbar zu sein und bei der Google Suche die obersten Positionen zu belegen.

Marketingmaßnahmen müssen den Wünschen und Bedürfnissen der Zielgruppen angepasst werden.

Ich unterstütze Handwerksbetriebe und kleine mittelständische Unternehmen bei der Analyse ihrer bisherigen Marketingaktivitäten und bei der Umsetzung neuer Marketingstrategien.

Betrachten Sie dieses Buch als einen Denkanstoß. Der Inhalt nachfolgender Seiten führt nicht dazu, dass Sie erfolgreicher, umsatzstärker oder sichtbarer werden. Nur Sie können durch aktives Umsetzen der Vorschläge dieses Ziel erreichen.

Ich verspreche aber, dass ich meine Erfahrung, mein Wissen, meine Meinung und meine Ideen mit Ihnen teile.

Im Internet finden sich zahlreiche Ratgeber, die den Eindruck vermitteln, dass nur ein paar Tipps befolgt werden müssen und anschließend einem erfolgreichen Business nichts mehr im Wege steht. Die Anzahl der Anzeigen auf den Social-Media-Kanälen steigt.

Ich stoße regelmäßig auf Aussagen wie:

- „Mit diesen fünf Tipps werden Sie erfolgreicher, glücklicher, etc.“
- „Ich zeige Ihnen, wie Sie den Umsatz um ein Vielfaches steigern können.“
- „Mit diesem Wissen lassen Sie die Konkurrenz hinter sich.“
- „Mit diesen Strategien werden Sie den Durchbruch schaffen.“
- „Möchten auch Sie innerhalb von 60 Tage 30 % mehr Umsatz generieren?“
- „Gewinnen Sie innerhalb kürzester Zeit mehrere Mitarbeiter.“

Diese Aussagen sind zu pauschalisiert. Sie vermitteln, dass eine bestimmte Anzahl an Tipps allein dazu führt, dass Sie Ihre Ziele erreichen und erfolgreich werden. So einfach ist es aber nicht. Jeder Selbstständige hat seine eigene Firmengeschichte und verfolgt unterschiedliche Unternehmensziele. Jedes Unternehmen spricht eine bestimmte Zielgruppe an, die im Internet auf den entsprechenden Plattformen unterschiedlich angesprochen werden muss. Ich vermisse die Frage, welches Ziel

Marketingverantwortliche mit ihren Marketingmaßnahmen verfolgen. Geht es um die Steigerung der Bekanntheit, die Generierung von Aufträgen, die Mitarbeitergewinnung, die Markteinführung eines neuen Produktes oder einer neuen Dienstleistung?

„Einen Ruf erwirbt man sich nicht mit Dingen, die man erst tun wird.“ Henry Ford.

Sie müssen für sich herausfinden, welche Ziele Sie mit Ihrem Marketing verfolgen und welche Möglichkeiten Sie im Online-Marketing für sich am besten nutzen können, um bei Ihren Zielkunden sichtbar bzw. sichtbarer zu werden. Die Bandbreite der Marketingmaßnahmen ist groß und nicht jede ist für Sie geeignet. Es liegt daran, dass wir uns als Unternehmer unterschiedlich positionieren bzw. positioniert haben.

Selbstständige unterscheiden sich

- in der Firmenphilosophie
- in der Firmengröße
- im Firmensitz
- im Angebot
- in der Zielsetzung
- in der Definition von Erfolg
- in der Positionierung des Unternehmens im Markt

Man kann viel Geld für Werbung ausgeben, ein paar große Anzeigen in der Tageszeitung und schnell summieren sich die Ausgaben auf eine fünfstellige Summe. Werden wir dadurch automatisch sichtbar? Leider nicht. Werbemaßnahmen entwickeln ihre Wirkung, wenn sie die Zielgruppe erreichen und Selbstständige sich regelmäßig auf unterschiedliche Art und Weise zeigen. Der Blick aus Sicht der Interessenten auf die Außendarstellung des Betriebs kann wertvolle Impulse liefern. Wer die Stärken und Schwächen seiner Strategie erkennt, weiß, an welchen