

Internet-Marketing im Handwerk für regional tätige Handwerksunternehmen

überreicht durch
handwerk.
magazin

Regionales Internet-Marketing im Handwerk

Zusammenfassung und Inhalt

Einleitung

Autor

1. Nach was suchen Ihre Kunden wirklich?
Recherchieren Sie regional relevante Suchbegriffe
2. Optimieren Sie Ihren Internetauftritt
für Suchmaschinen und für Ihre Zielgruppe
3. Sorgen Sie regelmäßig für aktuelle Inhalte (und wenn Sie selbst nicht dazukommen, lassen Sie es machen)
4. Verbessern Sie Ihre Sichtbarkeit bei Google & Co.
5. Statt Blindflug:
Analysieren Sie die Besucher Ihrer Internetseiten
6. Für Prospektsammler und echte Kunden:
Verschicken Sie regelmäßig Newsletter an Ihre Kunden und vor allem an Noch-Nicht-Kunden
7. Werden Sie sozial: Social Media Marketing ohne Stress
8. Kümmern Sie sich um Ihren guten Ruf im Internet:
Reputation Management
9. Ihre preiswerte Pressestelle im Web:
Online-PR und Öffentlichkeitsarbeit
10. Präsentieren Sie Menschen statt Firmengebäude,
Fuhrpark und Maschinen.
11. Verlinken Sie sich – Linkbuilding zum Selbermachen
12. Nutzen und verknüpfen Sie mehrere Marketing-Kanäle

Zuletzt: Bevor Sie es halbherzig oder gar nicht angehen

Anhang: Checklisten



**Nach was suchen Ihre Kunden?
Und wo?** (Bild: istockphoto.com)

Regionales Internet-Marketing im Handwerk

Einleitung

Jeder Kunde recherchiert heute im Laufe des Entscheidungs-Prozesses vor einem Kauf irgendwann einmal im Internet. Meistens in der Anfangsphase, wenn er noch relativ offen ist.

Deshalb ist es wichtig, in dieser Phase sichtbar zu sein. Später hat sich der Kunde innerlich bei immer mehr Optionen und auf einige wenige Anbieter festgelegt.

Kunden suchen auch regional im Internet

Auch wenn die grundlegenden Mechanismen überregional gelten, geht es im Folgenden um die regionale Ausrichtung Ihres Internet-Marketing.

Denn viele Handwerker vernachlässigen genau diesen regionalen Aspekt im Internet. Dabei gibt es längst Mittel und Wege, um Kunden auch im Internet direkt „vor der eigenen Geschäftstür“ anzusprechen.

Damit lassen sich Interessenten dort abholen, wo sie suchen: In der Region. Denn viele Kunden geben zu ihrem eigentlichen Suchbegriff eine Ortsbezeichnung mit ein (z.B. „Hausbau Stadt“).



Auch regional suchen Kunden heute zunächst im Internet
(Bild: istockphoto.com)

Positiver Nebeneffekt:

Mit regional optimiertem Internet-Marketing lassen sich erhebliche Kosten einsparen.

Branchentest Handwerk am Beispiel BAU

Als Vorbereitung für die Erstellung dieses Leitfadens haben wir Anfang 2011 unseren Branchentest "Handwerk" zur Sichtbarkeit der betreffenden Unternehmen in Suchmaschinen neu durchgeführt.

Nach was wird tatsächlich gesucht?

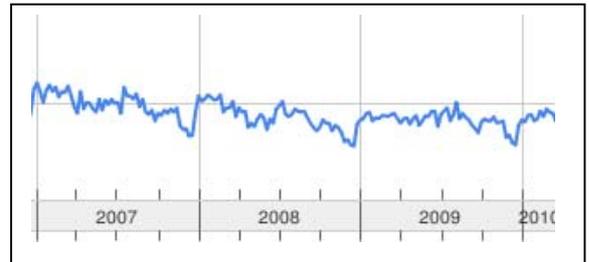
Ausgangspunkt war eine umfangreiche Suchwort-Recherche zur Frage „nach was wird tatsächlich gesucht“. Als Beispiel wurde die Bauwirtschaft herangezogen.

Dabei wurden z.B. für die Suchbegriffe „Hausbau“, „Massivhaus“ und „Fertighaus“ bei Google im deutschsprachigen Raum jeweils über 200.000 Suchanfragen pro Monat identifiziert.

Regionales Internet-Marketing im Handwerk

Weitere Ergebnisse der Suchwort-Analysen:

- Die periodische Verteilung über das Jahr
- regionale Segmentierungen (Länder, Bundesländer, Städte),
- weitere Branchen (Fensterbau, Heizungsbau etc.),
- Schätzungen zu den voraussichtlichen Kosten und Klickraten für Adwords.



Tipps zur Umsetzung

Unser Leitfaden für die regionale Ausrichtung Ihrer Online-Aktivitäten ist eine Sammlung der aus unserer Sicht wichtigsten Maßnahmen.

Nicht jeder Ratschlag wird für jede Firma sinnvoll sein und wir erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Alleingültigkeit.

Wir haben uns bemüht, allgemeinverständlich zu schreiben, aber das Thema Internet-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung ist - zumindest in der Umsetzung - nichts für Laien. Sie sollten also unsere Tipps in erster Linie als Anregung nutzen.

Komplettes Handbuch „Internetmarketing im Handwerk“ kostenfrei anfordern:

Um unseren kompletten Leitfaden kostenfrei anzufordern, klicken Sie bitte auf den folgenden Link:

<http://syncron-marketing.de/Bestellung-Ebook-IM-Handwerk.php>

Regionales Internet-Marketing im Handwerk

Der Autor



Michael Kaindl ist Geschäftsführer der Synchron Marketing GmbH in München.

Er beschäftigt sich seit vielen Jahren mit der Optimierung von Online-Aktivitäten in mittelständischen Unternehmen.

Als Inhaber und Mitinhaber diverser Unternehmen weiß er, wovon er spricht.

Sein Motto: „Online muss sich lohnen“

Kontakt

Michael Kaindl
Synchron Marketing GmbH
Leopoldstr. 244
80807 München

Internet: www.synchron-marketing.de

E-Mail: info@synchron-marketing.de

Telefon: 01805-7962766 - Fax: 01805-7962767
(Festnetzpreise: 14 ct/min, Mobilfunkpreise max. 42 ct/min)

Komplettes Handbuch „Internetmarketing im Handwerk“ kostenfrei anfordern:

Um unseren kompletten Leitfaden kostenfrei anzufordern, klicken Sie bitte auf den folgenden Link:

<http://synchron-marketing.de/Bestellung-Ebook-IM-Handwerk.php>