

Leitfaden Internet-Marketing für das Handwerk

Malermeister Volker Geyer und Marketingexperte Thomas Issler bündeln ihr Internet-Know-how

Fotos: Daniel Baldus



1 Internetexperte Thomas Issler schult Firmen und entwickelt Websites 2 Malermeister Volker Geyer wurde für sein strategisches Internetmarketing mehrfach ausgezeichnet 3 Web-Wissen auf 250 Seiten

Von halb sechs bis sieben Uhr morgens auf den Social-Media-Plattformen unterwegs, dann Joggen, danach ab in die Firma – Malermeister Volker Geyer hat seinen Berufsalltag straff durchorganisiert. Seine Erfolgsformel: Internet- und Social-Media-Marketing. Gemeinsam mit Internetspezialist Thomas Issler bündelt er nun sein Wissen im Handbuch „Der Internet-Marketing-Plan für Handwerksunternehmen“ – unser Buch-Tipp des Monats.

Geyer generiert 72 Prozent seines Firmenumsatzes über das Internet (www.malerische-wohndeeen.de). Er ist überzeugt: „Das Internet ist das größte Schaufenster und der gewaltigste Marktplatz der Welt. Social Media sind das gigantischste Kaffeekränzchen und Non-Stop-Businessmeeting aller Zeiten. Hier bauen Handwerksunternehmen künftig ihr Image auf, finden ihre Kunden und Mitarbeiter und hier entscheidet sich, ob ein Unternehmen erfolgreich ist oder ob es bald vom Markt verschwindet.“ Geyer und Issler listen die fünf häufigsten Fehler einer Website auf: Sie erreicht zu wenig Besucher, ist nur ein Firmen-Prospekt, bietet Werbung statt Information und hat mangelhafte Qualität; oft wird nur verzögert auf Anfragen reagiert. Anhand von Best-Practice-Beispielen geben

die Autoren Anregungen: Was soll das Ziel der Website sein? Sie ist Basis aller Internetaktivitäten, hilft beim Finden von Kunden, beim Durchsetzen der Wunschpreise, sie verbessert den Kundenservice und erhöht die Kundenbindung. Doch nur wenn eine Website gefunden wird, zieht sie Besucher an. Im Kapitel Suchmaschinenoptimierung geht es um Techniken, wie man eine Website bei Google und Co. richtig anmeldet und im Ranking weit nach vorne bringt. Suchmaschinenoptimierung ist ein langwieriger Prozess. Deshalb ist ein erster Kundenfindungsweg das nächste Thema des Buchs: Google AdWords – Anzeigen schalten auf Google. „Mit der richtigen Strategie erhalten Handwerksbetriebe bereits nach wenigen Tagen die ersten Kundenanfragen aus dem Web“, so die Autoren.

Social Media und E-Mail-Marketing

Etwa die Hälfte der 14- bis 64-Jährigen im deutschsprachigen Raum ist inzwischen Mitglied in einem sozialen Netzwerk, und täglich werden es mehr. Interviews mit Handwerkern zu sozialen Netzwerken wie Facebook und Xing, Bilderportalen wie Pinterest und Instagram oder der Videoplattform YouTube geben Einblicke in die Praxis. Der eigene Blog entpuppt sich als Suchmaschinen-Turbo: „Die überragenden Resultate, die Sie mit einem Blog erzielen können, werden Sie überraschen“,



meint Geyer aus eigener Erfahrung. Im Kapitel E-Mail-Marketing geht es um Newsletter, die rechtlichen Grundlagen des Versands, Tipps zu Texten, Technik und professionellen Newsletter-Systemen. Abschließend werfen die Autoren einen Blick auf das Thema Monitoring: „Man sollte immer im Fokus haben, was über einen selbst im Internet geschrieben wird. Nur dann kann man schnell und rechtzeitig reagieren“, ist eine der Botschaften von Issler. Zur Vertiefung des Wissens bieten die Autoren ein Intensivseminar an. Infos unter: www.internet-marketing-im-handwerk.de | ag

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