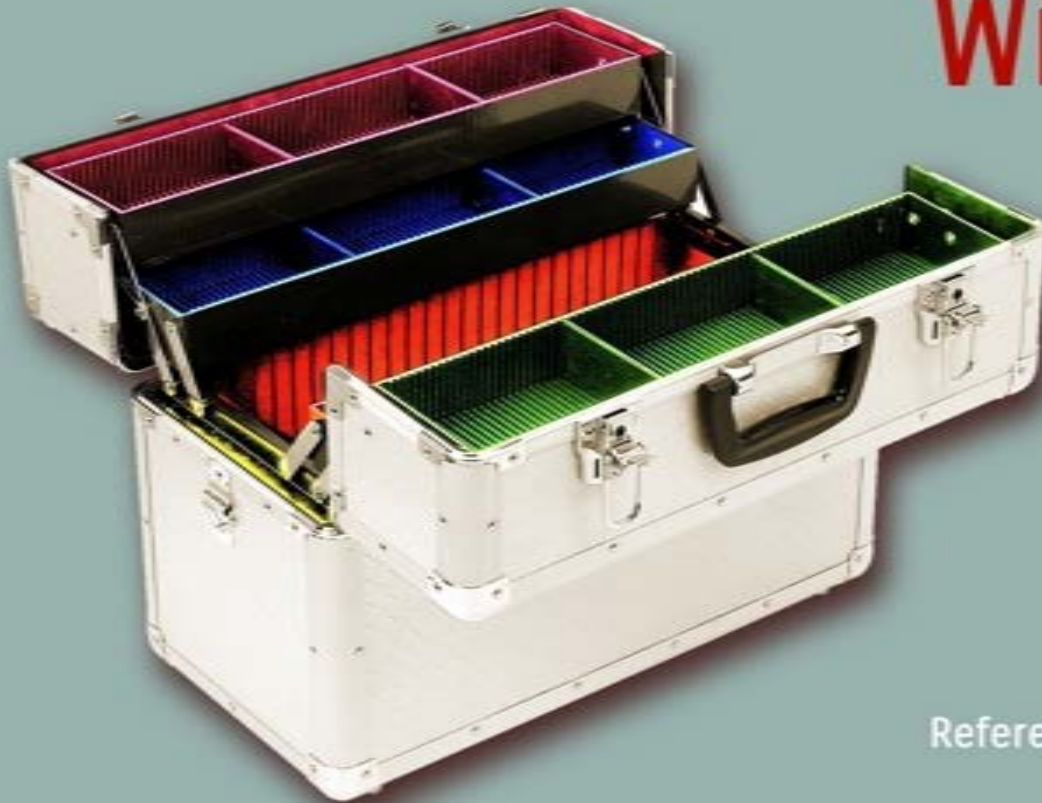


# Kunden gewinnen und halten

Praxiserprobte Bausteine

# Willkommen!



Referentin: Judith Horbach de Gavarelli

# Das gehört dazu

1. Facebook.
2. Homepage
3. Direktmarketing, Werbebriefe
4. Emails
5. Google
6. Controlling
7. Social Media
8. Kundenzufriedenheit/ Dienstleister
9. Weiterempfehlung
10. Pers. Kundenpräsentation
11. Farbe
12. Corporate Identity
13. Lächeln am Telefon
14. Fachwissen
15. Preisstrategie
16. Baustelle
17. Lokale Anzeigen
18. Damit hat man nicht gerechnet

## Der Marketing-Werkzeugkoffer

Branche "Bauen & Wohnen"



# Der Marketing-Werkzeugkoffer

Um welche Fächer es heute geht

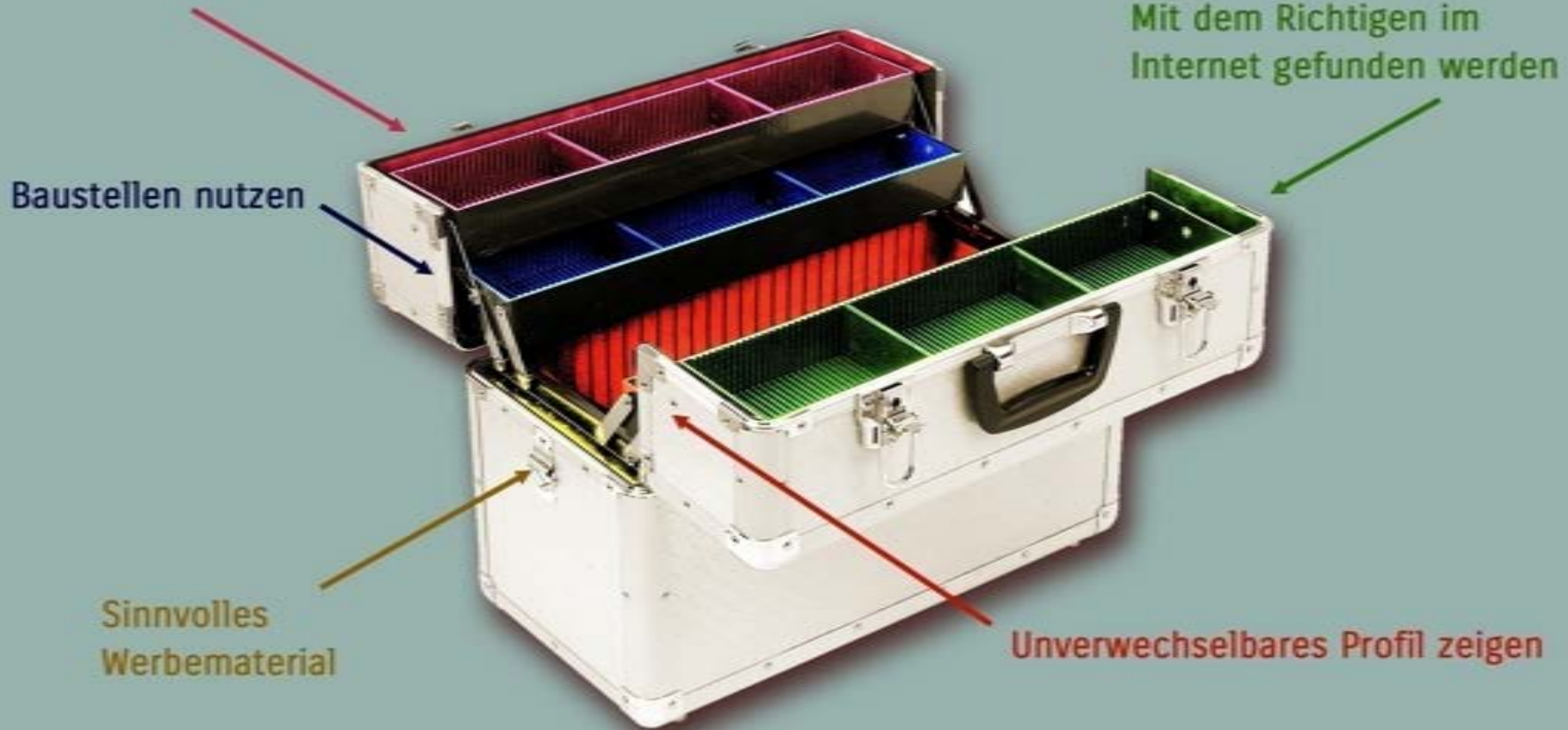
Empfehlungen fördern

Mit dem Richtigen im Internet gefunden werden

Baustellen nutzen

Sinnvolles Werbematerial

Unverwechselbares Profil zeigen



?



# Was bringt Aufträge?

Prioritäten sparen Marketingkosten



Internet



Empfehlung

> 80% aller Aufträge

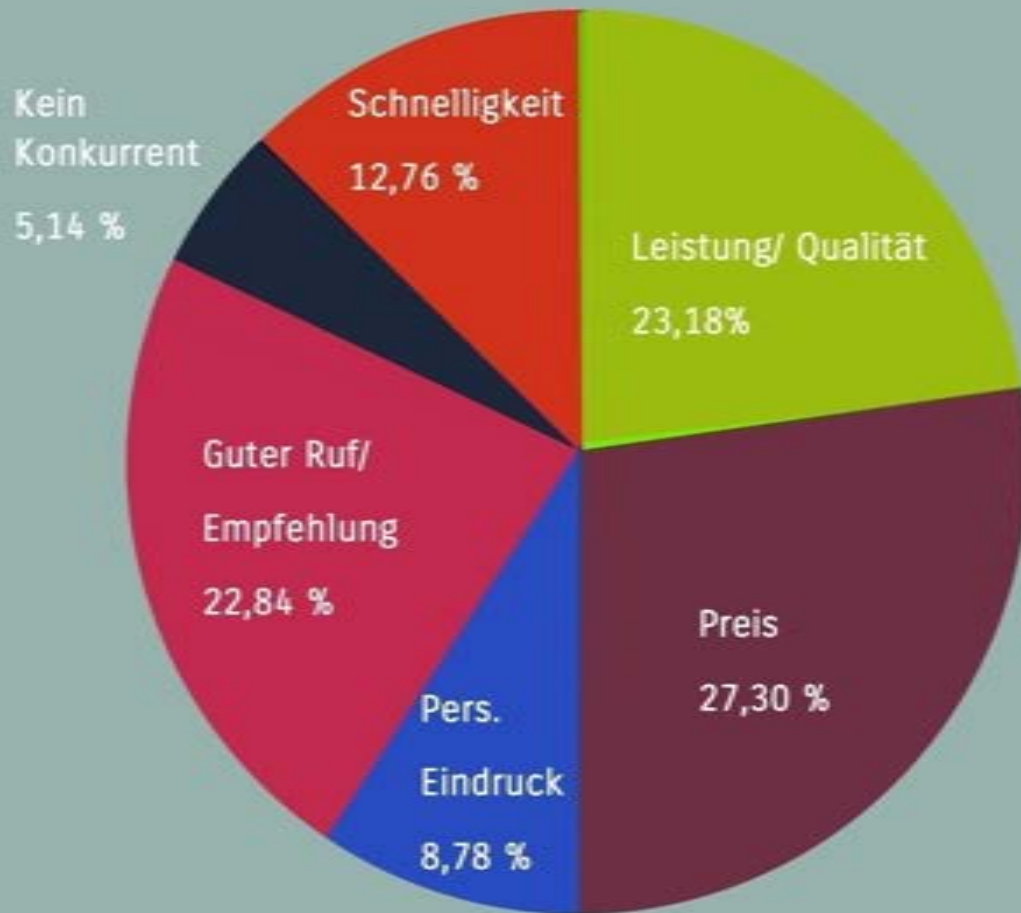


(Emnid 2014)



# Der Marketing-Werkzeugkoffer

Branche "Bauen & Wohnen"



## Kaufkriterien bei Handwerksbetrieben und Bauexperten

(Studie Artland 2013)





# Profil zeigen

Stechen Sie aus der Masse hervor

	<p> <b>Service „Blühende Gärten“</b> Blick für Blick zu Ihrem Traumgarten. Passend zu Ihrem Budget. Und den Veränderungen des Gartens. <i>mehr lesen</i></p> <p> <b>Service „Gärten und Pflege“</b> Einblick zu gepflegten Gärten. Durch gute Planung und den Pflegeverrat. <i>mehr lesen</i></p> <p> <b>Service „Gestaltungsbereitner“</b> Sie entscheiden über Ihre Wünsche. Wir sorgen für die optimale Umsetzung. <i>mehr lesen</i></p> <p> <b>Service „Nachhaltigkeit“</b> Hohe Folgekosten vermeiden. Durch entscheidende Planung und hochwertige Realisation. <i>mehr lesen</i></p>	
GO	GRÜNE KONZEPTE	GIFFEL ANTIQUELL
GIFFEL	GIFFEL SERVICE	KONZEPTMORAL
GIFFEL REE	GRÜNE PROJEKTE	KONTAKT

[www.giffel.net](http://www.giffel.net)

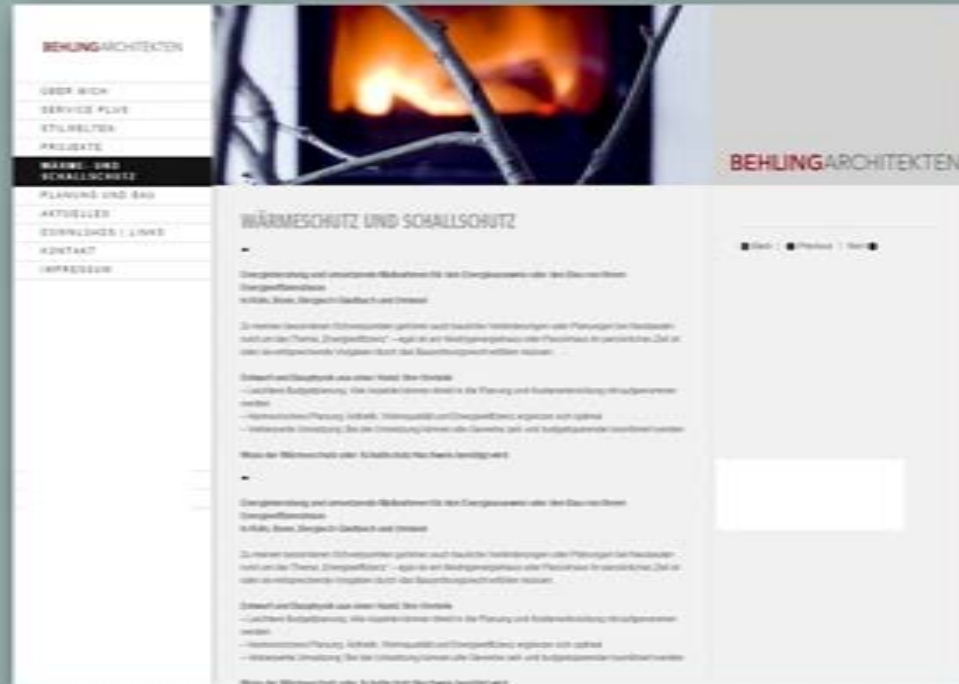
Durch besonderen Service





# Profil zeigen

Stechen Sie aus der Masse hervor



[www.behling-architekten.de](http://www.behling-architekten.de)

Durch gezeigtes Spezial-Know-How





# Profil zeigen

Stechen Sie aus der Masse hervor

The screenshot shows the website 'verwandlung.net' with a navigation menu and an article. The navigation menu includes: BLOG, PRESSE STIMMEN, FARB WELTEN, DAS TEAM, THEMEN WELTEN, HAND WERK, INNENRAUM, FASSADE, FARBERGÄRUNG & FINISH, SÜDFRANKEICH, and SPECIALS. The article title is 'WANDGESTALTUNG MIT SCHABLONEN - EINE ALTE TECHNIK NEU AUFGELEGT'. The article text describes a modern technique for wall decoration using stencils and stencils, allowing for large-scale decorative elements and motifs to be applied to the wall. It mentions that the technique is being revived and is now being used in a modern way. The article also includes a small image of a wall with a decorative pattern and a red chair.



Durch Spezial- und Premiumangebote





# Profil zeigen

Stechen Sie aus der Masse hervor

The screenshot shows the website 'oekologisch bauen' with a navigation menu on the left and a main article titled 'SCHIMMEL IN DER WOHNUNG VERMEIDEN UND BESEITIGEN'. The article discusses mold prevention and removal, mentioning health risks and moisture control. The website layout includes a search bar, a sidebar with various building topics, and a main content area with images and text.

[www.oekologisch-bauen.info](http://www.oekologisch-bauen.info)

Durch wertvolles Informationsplus  
Tipp: Eignet sich auch für Kooperationsprojekte





# Profil zeigen

Stechen Sie aus der Masse hervor

**Verkehrswert / Verkehrswertgutachten**  
Was versteht man unter dem Begriff "Verkehrswert"?

Der Verkehrswert (Marktwert) wird durch die Preisfunktion, die in den Zukunft auf den sich die (Phantasie)beizug basieren, die gewöhnlichen Geschäftswerte nach der üblichen Kapitalwert- und sonstigen Eigenschaften, der sonstigen Beschaffenheit und der Lage des Sachvertrags oder des sonstigen Gegenstands der Bewertung, unter Zuhilfenahme einer Kapitalwert- oder anderen Berechnungsweise, unter Berücksichtigung der üblichen Einwirkung des Sachvertrags und sonstiger Umstände festgelegt.

**Qualität von Sachverständigen-Gutachten**

Der Begriff Sachverständiger oder Sachverständigen ist in Deutschland nicht geschützt. Es sind daher auch Menschen anzutreffen, die sich Sachverständiger nennen, deren Sachkunde aber nicht ausreicht, um ein Sachverständigen-Gutachten abzugeben.

Wichtiges für sich selbst mehr, einen Sachverständigen mit einer Ausbildung zu betrauen. Achten Sie auf ein positives Ansprechen von Banken, Behörden und Sachverständigen.

Diese Sachverständigen sind entweder in der Regel öffentlich bestellt (z.B. von Gerichten) und verpflichtet, oder zertifizierte Sachverständige (z.B. durch eine anerkannte Institution geprüft). In diesem Bereich sind daher nicht andere Architekten, Ingenieure, Steuerberater, Ingenieure, etc. zu betrauen. Sie haben eine entsprechende, anerkannte Ausbildung (z.B. mit und haben nicht selbstständig) in Sachverständigen für die Bewertung von Unternehmen und/oder Immobilien, Marken und Patente. Zudem muss ein Sachverständiger über ein überprüfbares Privatvermögen verfügen (Zusammenfassung, hier sind die besonderen Sachkunde von Sachverständigen für Immobilienwerte, sich der Banken stellen).

**Ausbildung**

**Prüfung**

**und Zertifizierung**

Überprüfen Sie auch die Zertifizierung der Sachverständigen, die in der Regel durch eine öffentliche Bewertungskommission und/oder durch die entsprechenden Behörden, die von Ihnen beauftragt werden (z.B. Sachverständigen) über einen anerkannten Sachverständigen-Gutachten und/oder Sachverständigen.

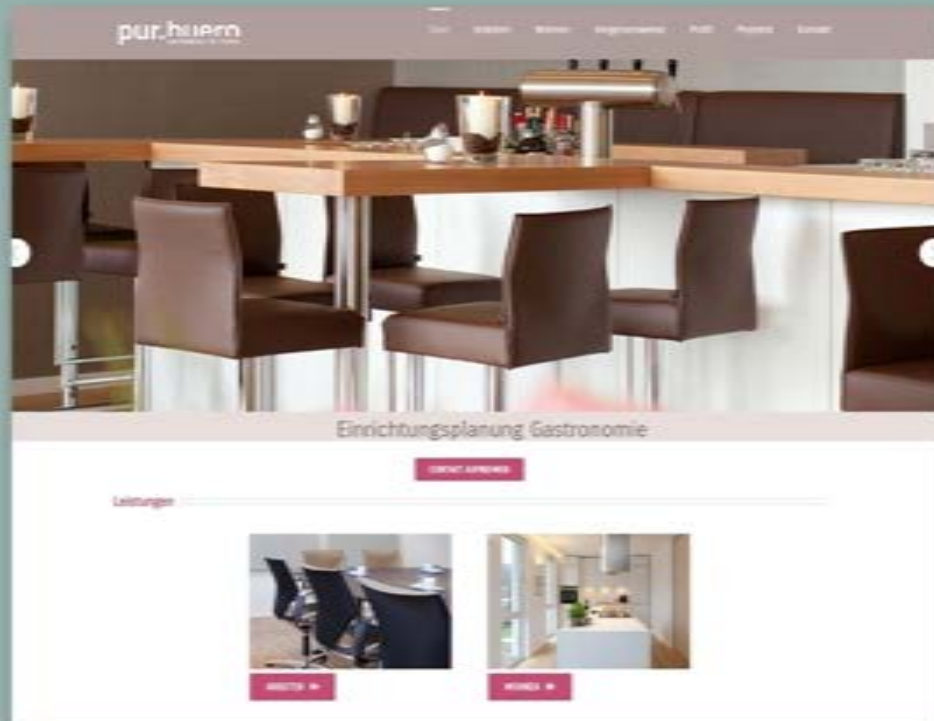


Durch hilfreiche Erklärungen  
Tipp: Hilft auch bei Google & Co



# Profil zeigen

Stechen Sie aus der Masse hervor



Klar. Wertig. Pur.  
[www.purbuero.de](http://www.purbuero.de)

Durch unverwechselbaren Stil  
Konsequent in Wort und Bild





## Kunden & Multiplikatoren kennen lernen

Kompetenz mit Vorträgen und  
Infoveranstaltungen zeigen

- + Ideal um Neukunden anzusprechen
- + Gut für Pressearbeit
- + Guter Zeitpunkt zum Kontakt zu Bestandskunden/ Multiplikatoren
- + Gut geeignet um Kompetenz glaubhaft zu vermitteln
- + **Tipp:** Nicht nur an bestehende Veranstaltungen denken, sondern  
initiativ neue Partner ansprechen (z.B. Bauherren größerer Objekte,  
Banken, Baumärkte/ Baustoffhandel, Möbelhäuser etc)
- + **Tipp:** Gemeinschaftseinladung mit Kooperations-Netzwerk
- + **Wichtig:** Der Erfolg bemisst sich nicht nur an den realen Besuchern!







## Kunden & Multiplikatoren kennen lernen

Kompetenz mit Vorträgen und  
Infoveranstaltungen zeigen



Sie halten nicht gerne Vorträge?  
Info-Sprechstunden  
sind eine gute Alternative!

Z.B. "Holzflüsterer" Biomöbel Genske





## Kooperationen aufbauen

Gemeinsam zu mehr Kunden

- + Wertenetze (z.B. Ökologie) auch branchenübergreifend möglich
- + Kompetenznetzwerke mit ergänzenden Spezialisten
- + **Wichtig:** An gemeinsame Qualitätsstandards denken
- + **Tipp:** Zeit- und kostenintensivere Marketingmassnahmen wie Internetportal mit regelmäßigen Fachartikeln, Veranstaltungen, Social Media Aktivitäten gemeinsam finanzieren und ggf. auslagern
- + **Tipp:** Kombination des Adressverteilers bei gemeinsamen Kundenbriefen zur Bestandskundenpflege
- + **Tipp:** Doppelgutscheine bei konkreten Empfehlungen einsetzen





# Doppelgutscheine mit Partner

Für Empfehlungen und Folgeaufträge



Bei mehreren Partnern eignet sich auch  
kleine Gemeinschaftsbroschüre



# Empfehlungen fördern

Was man aktiv tun kann



Den ersten UND den letzten  
Eindruck für sich nutzen!



Empfehlungen nicht  
dem Zufall überlassen







# Empfehlungen fördern

Was man aktiv tun kann



## Den ersten Eindruck nutzen

- + Begrüßung mit Namen
- + Besonders auf Pünktlichkeit achten
- + Vorstellen aller beteiligten Mitarbeiter
- + Saubere Arbeitskleidung im Firmendesign
- + In Bestandsaufnahme investierte Zeit macht sich bezahlt
- + Verständliche Erklärung statt Fachchinesisch
- + Tipp: Erklärungsbedürftiges mit Grafiken erklären
- + Auf Unannehmlichkeiten & Gefahren hinweisen
- + Abfragebögen "Wichtigste Punkte"
- + Frauen gezielt einbinden





## Empfehlungen fördern

Was man aktiv tun kann

# ⊕ Wer gelobt wird, lobt!



Sagen oder schreiben Sie Ihrem Kunden, warum Sie speziell mit ihm gerne zusammengearbeitet haben!





# Empfehlungen fördern

Was man aktiv tun kann



## Den letzten Eindruck nutzen

- + Feedback-Abfrage "Was war gut? Was können wir besser machen?"
- + Wichtig: Mitarbeiter in Beschwerdemanagement schulen!
- + Vor Abschlussgespräch Ziele für Folgeaufträge setzen
- + Saubere Baustelle mit "Ist das so ok?" Abfrage
- + Dankeschön-Give-Away, das gerne gezeigt wird
- + "Alles gut gelaufen?" Anruf von Firmenleitung
- + Individuelles Dankeschön für Empfehlung
- + Doppelgutscheine für Empfehlungen





# Empfehlungen fördern

Für Empfehlungen und Folgeaufträge



Tipp: Private Label  
Pflegemittel &  
Pflegegutscheine  
fördern Empfehlung  
& Kundenbindung







# Doppelgutscheine

Für Empfehlungen und Folgeaufträge



## Empfehler



Größeres  
Goodie  
für nächsten  
Auftrag

z.B. 20%

## Empfohlener



Kleineres  
Goodie  
für nächsten  
Auftrag

z.B. 10%

Studien zeigen: Gutscheine, wo Empfehler  
mehr bekommen, wirken besser!





Mit dem Richtigen gefunden werden  
Prioritäten im Netz

> 50%

finden Ihre Baudienstleister im Internet

< 20%

der Betriebe nutzen das Netz richtig

(Emnid 2014)





Mit dem Richtigen gefunden werden  
Prioritäten im Netz

## Priorität 1 bei ihrer Website

- ⊕ Aktuelles, professionelles Design
- ⊕ Selbst pflegbar
- ⊕ Sofortige Erkennbarkeit dessen, was Sie auszeichnet
- ⊕ Auf alle Endgeräte ausgerichtet "handytauglich"
- ⊕ Suchmaschinenoptimiert "Basis"  
(Hauptstichworte und Hauptort)





Mit dem Richtigen gefunden werden  
Suchmaschinen nutzen lernen



Menschen suchen lokal!  
Ein Google places Eintrag ist  
ein guter erster Schritt!

Aber nicht genug...







Mit dem Richtigen gefunden werden  
Suchmaschinen nutzen lernen

## TIPPS für die lokale Suche

1. Orte identifizieren, die für Sie wichtig sind
2. 1 Unterseite pro Ort
3. Unterseiten von Hauptnavigation u/o Startseite verlinken
4. Bilder mit Ortsnamen z.B. echtholzparkett\_bonn.jpg
5. Informationen zu Veranstaltungen an Orten
6. Regionale Projektdoku
7. Regionale Referenzen
8. Wenns passt: Regionale Angebote
9. Eintrag in regionale Online-B Branchenbücher





# Mit dem Richtigen gefunden werden

## Suchmaschinen nutzen lernen

	<p><b>Jo Giffel - Technik und Design</b></p> <p>Mit Giffel erlebt man nie unangenehme Überraschungen! Denn ich bin ein ebenso sorgfältiger Planer wie jemand, den Kunden und Kollegen eine „stille Haut“ nennen.</p> <p>Wir hilft meine durch die über 20-jährige Selbstständigkeit aufgebaute gute Vorstellungskraft. Die Expertise für grüne Konzepte hat meine Ausbildung als Gärtner wachsen lassen, während meine gestalterische Kreativität durch die intensiven technischen Fortbildungen im Garten- und Landschaftsbau ein tragfähiges Fundament bekommen hat.</p> <p>Dank der Kombination aus rascher Auffassung, langjähriger Erfahrung und sorgfältiger Planung kann ich meinen Leitpruch „Alles mit der Ruhe“ verwirklichen.</p> <p>Und mit einer Verbindung aus Effizienz und Gelassenheit Ihre grünen Träume wahr machen.</p> <p>Zur Vita</p>	<p><b>Elke Giffel - Management</b></p> <p>Kommunikation macht viel Spaß. Denn ich bin ein kontaktfähiger und herzlicher Mensch, der gerne lacht und dem so am Herzen liegt, dass unsere Teamarbeit nicht nur effizient, sondern auch angenehm ist.</p> <p>Dazu kommt meine Neugier auf Neues und eine Begeisterungsfähigkeit, aus der immer neue, oft außergewöhnliche Ideen sprühen.</p> <p>Dank aus dem Frühstadium der innovativen Ideen auch ein gut funktionierendes Unternehmen mit „Hand, Herz und Fuß“ wächst, bin ich eine sehr genaue, superordentliche Organisatorin.</p> <p>Das hilft mir, eine Fülle von Aufgaben, Wünschen und Informationen im Hintergrund bei zu koordinieren, dass unsere Kunden merken: Es klappt. Präzise, verlässlich und richtig gut.</p> <p>Zur Vita</p>	
	GO	GRÜNE KONZEPTE	GIFTELAKTUELL
	GIFTEL	GIFTEL SERVICE	KONZEPTFABRIK
GIFTELIDEE	GRÜNE PROJEKTE	KONTAKT	



**Zeigen Sie die Menschen!**  
 Und vergessen Sie dabei die Suchmaschinen



Mit dem Richtigen gefunden werden  
Prioritäten im Netz

## Priorität 2 bei ihrer Website

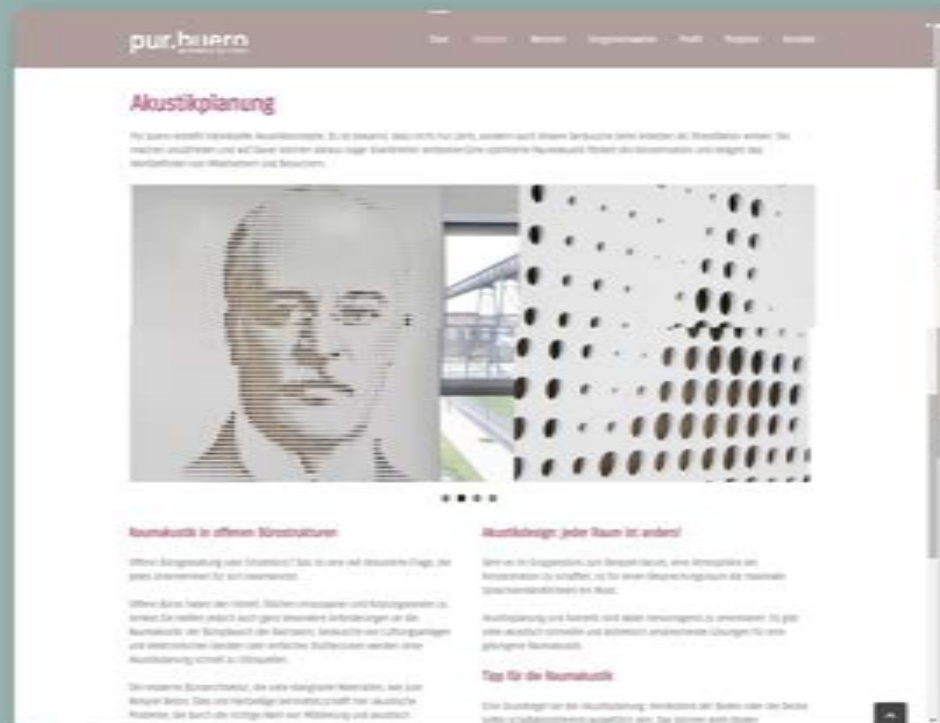
- ⊕ SEO "Fortgeschritten" (Unterbegriffe, versch. Orte)
- ⊕ Elemente zum Sammeln von Kontakten
- ⊕ Blog mit aktuellen Artikel/ Infos/ Begriffserklärungen
- ⊕ Vernetzt mit Social Media
- ⊕ Interaktiv (Formulare, Fragestunden, interaktive Auftragsanfragen etc)





# Mit dem Richtigen gefunden werden

## Suchmaschinen nutzen lernen



Akustikplanung  
[www.purbuero.de](http://www.purbuero.de)



### Schreiben über Spezialgebiete

300 Worte, Suchbegriffe in Überschriften, Titel & Fließtext





Mit dem Richtigen gefunden werden

Suchmaschinen nutzen lernen



Adwords-Anzeigen: Schneller Erfolg!

(gut z.B. bei Aktionen)



Suchmaschinenoptimierte Seiten: Nachhaltiger Erfolg!



Gut in Kombination mit Social Media





## Die Baustelle nutzen

Für Empfehlungen und Neukundenwerbung



**Pluspunkte sammeln!**

**Und zwar solche, über die man erzählt!**



### Weiße Handschuhe

Kostbares mit sauberen  
weißen Handschuhen anfassen!  
Signal: Wir sind nicht nur  
"normal" sondern  
überdurchschnittlich  
sorgfältig





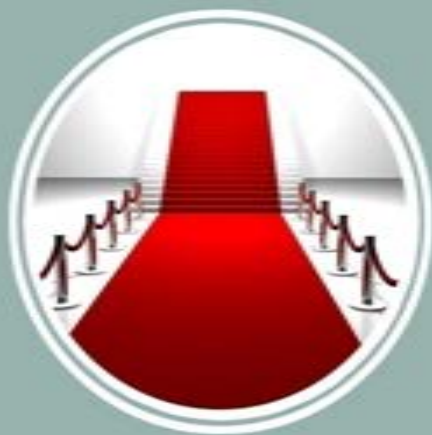
## Die Baustelle nutzen

Für Empfehlungen und Neukundenwerbung



**Pluspunkte sammeln!**

**Und zwar solche, über die man erzählt!**



**Rollen Sie den roten Teppich aus**

**Decken Sie Laufwege ab!**

**Muss nicht rot sein, aber  
signalisiert:**

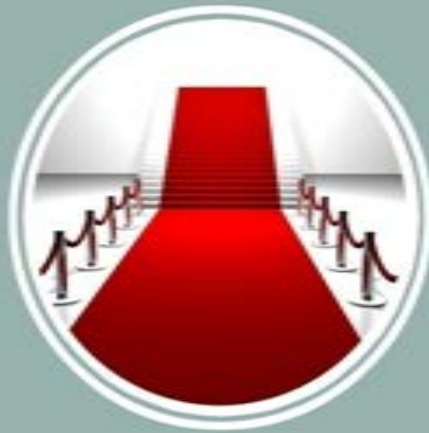
**Du, Kunde, bist unser  
persönlicher VIP!**





# Die Baustelle nutzen

Für Empfehlungen und Neukundenwerbung



- + Bei Verzögerungen IMMER rechtzeitige Info
- + Fragen: Wo dürfen wir arbeiten?  
Dürfen wir den Schrank verrücken? etc
- + Kleiner Teppich unter Werkzeugkoffer
- + Eigenes Handtuch
- + Toilettenfrage klären
- + Fragen, wo man Schutt hintun darf,  
damit er am wenigsten stört
- + Gut riechende Mitarbeiter
- + Entschuldigen, wenn es Grund gibt
- + Jeden Tag die Baustelle sauber  
hinterlassen & lüften.







## Die Baustelle nutzen

Für Empfehlungen und Neukundenwerbung



**Machen Sie Nachbarn zu Kunden!**

### Bekanntmachen & Respekt zeigen



- + Infoschreiben "Wir werden darauf achten, dass Sie so wenig wie möglich belastet werden."
- + Informieren, wann es laut wird o.ä.
- + Nachbargoodie: Z.B. Prozente für Erstauftrag





## Die Baustelle nutzen

Für Empfehlungen und Neukundenwerbung



## Schickes Werbematerial?

In der Bauphase wird  
es am meisten gezeigt!

Tipp: Mögliche Zusatzverkäufe  
im Auge behalten.





# Die Baustelle nutzen

Für Empfehlungen und Neukundenwerbung



Zeigen Sie Farbe!  
& Logo! & Website!

- + Auf den Autos
- + Bei der Kleidung
- + Mit Helmen und Co
- + Baustellenbanner







# Weitere Marketingwerkzeuge

Was lohnt sich?



- + Alle Werbematerialien in **durchgängigem Design**
- + **Anzeigen** sind oft kostenintensiv bei geringem Rücklauf
- + **Tipp:** Anzeigen nur im redaktionellen Umfeld + Kombi mit Veranstaltung
- + **Kundenbriefe** mit wertvollen Informationen statt reine Werbemailings
- + Wertige **Imagebroschüren & Kataloge** (lohnt im Premiumsegment)
- + **Auftragsportale** Bewertung unterschiedlich. Achtung: Preiskampf!
- + **Akquisemappen** erleichtern die konkrete Akquise
- + Statt **Pressemappe:** Presseseite auf Website
- + **Newsletter** nur gezielt einsetzen (4 - 8 Wochen Turnus)
- + **Mitarbeiterschulung** ist wichtiges Marketinginstrument
- + **Kundengeschenke:** Kreativität toppt Preis





# Vielen Dank!

Und viel Erfolg beim Kunden  
gewinnen & halten!



Referentin: Judith Horbach de Gavarelli

[www.artediem-beratung.de](http://www.artediem-beratung.de)