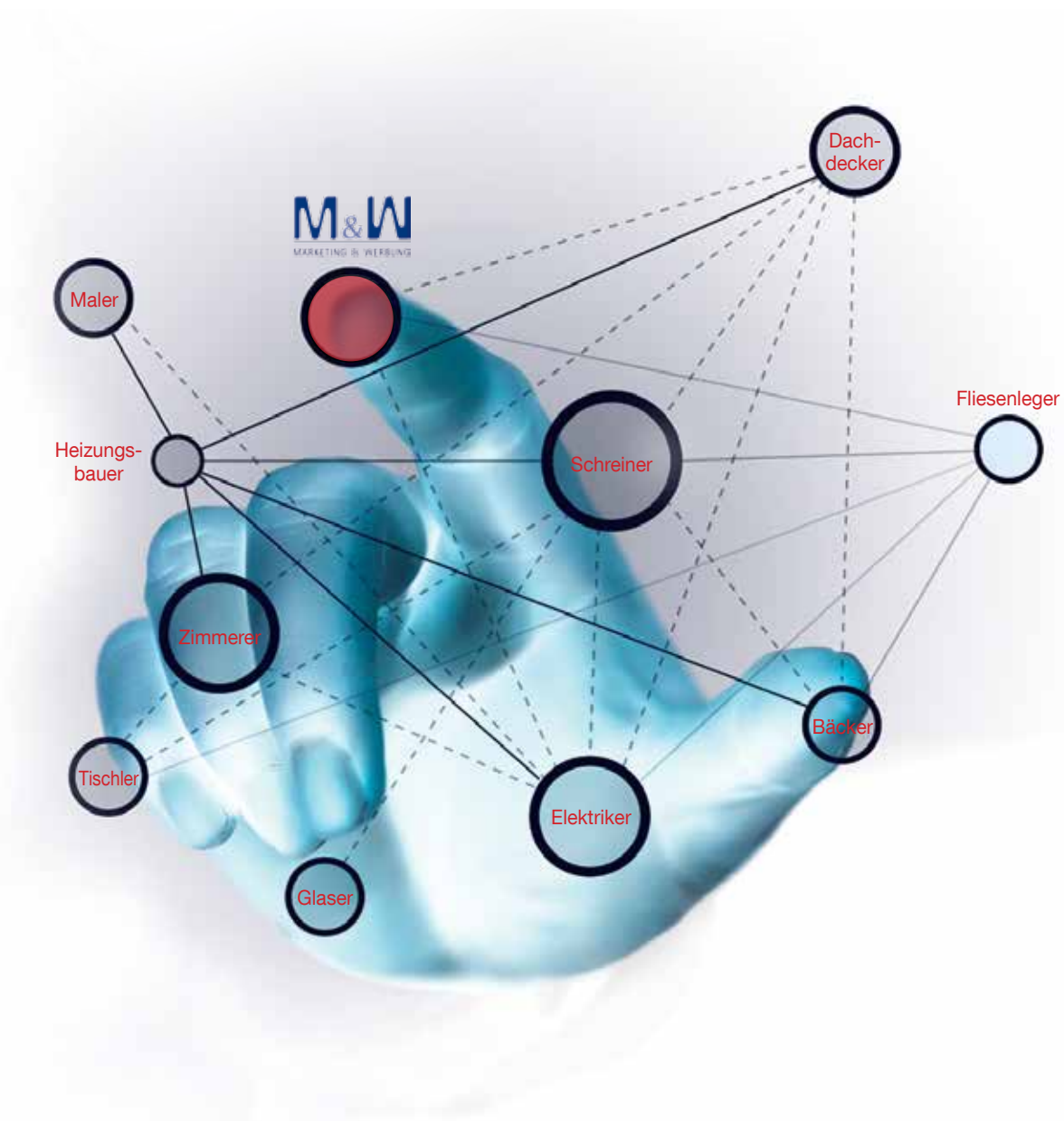


# WERBEBERATER

H a n d w e r k s b e t r i e b e

8 Tipps wie Sie als Handwerker trotz weniger zu arbeiten  
mehr Umsatz machen



**M&W**

MARKETING & WERBUNG

[www.mweging.de](http://www.mweging.de)

# INHALT

I. Rechtliche Hinweise	3
II. Vorwort	4
1. Tipp	5
2. Tipp	6
3. Tipp	7
4. Tipp	8
5. Tipp	9
6. Tipp	10
7. Tipp	11
8. Tipp	12
III. Schlusswort	13

## I. RECHTLICHE HINWEISE

---

Das Copyright zu diesem Ebook liegt bei M&W Marketing und Werbung GmbH.

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Ebook darf, auch nicht auszugsweise, nicht ohne schriftliche Genehmigung durch den Autor Bernhard Wimmer kopiert werden.

## II. VORWORT

Seit über 20 Jahren sind wir für Kleinbetriebe und den Mittelstand Partner in Sachen Marketing und Werbung. Dabei war und ist uns wichtig, die Entwicklungen moderner Kommunikation unseren Kunden zur Verfügung zu stellen, doch dabei die Belange und Erfordernisse der Kundengruppen und Zielmärkte nie aus den Augen zu verlieren. Sozusagen „der passende Deckel zum richtigen Topf.“

In unserer Region Ostbayern ist traditionell das Handwerk stark vertreten. So haben wir schon immer einen starken Bezug zu den Erfordernissen an das Marketing der vielen Handwerksbetriebe, für die wir tätig waren und sind.

Allzu gern verlassen sich viele Handwerksbetriebe auf die Weiterempfehlung und leben von der Mund-zu-Mund Propaganda. Hier und da eine Kollektivanzeige schalten und Eintrag in den Gelben Seiten sollte reichen. Ist das wirklich genug? Kaum zu glauben, aber schon eine eigene Webseite können viele nicht vorzeigen und wenn, dann im Stil „selbstgebastelt“.

Für alle Handwerker, die neben ihrer Arbeit die Entwicklung ihres Unternehmens vorantreiben wollen und auch in schlechteren Zeiten Aufträge bekommen möchten, soll dieser kleine Ratgeber Inspiration sein.

## 1. TIPP

### Grundvoraussetzung: die eigene Webseite

Man kann es schnell auf den Punkt bringen: „Wer keine Webseite hat, den gibt es nicht.“

So oder ähnlich können wir es mittlerweile in allen Medien lesen. Es ist eine Tatsache, dass sich ca. 80% der Deutschen zuerst im Internet über ein Unternehmen, eine Dienstleistung oder ein Produkt informieren bevor sie Kontakt aufnehmen bzw. kaufen. Werden Sie da nicht gefunden – na dann gibt es Sie eben nicht.

**HÖLDL-BAU**  
Hochbau

HOME | KONTAKT | ANFAHRT | IMPRESSUM

Über uns  
Dienstleistung  
Referenzen  
Links

Herzlich Willkommen bei  
Höldl Bau in Witzmannsberg

Sie suchen einen kompetenten Partner für Ihr Bauvorhaben? Alles aus einer Hand zu günstigen Preisen? Dann sind Sie hier bei uns genau richtig.

- **Beratung**
- **Planung**
- **Bauausführung**

Ob Sie einen Hausbau planen, sanieren oder modernisieren wollen, Vollwärmeschutz benötigen u.v.m. Fragen Sie Ihren kompetenten Fachmann – **sprechen Sie uns an!**

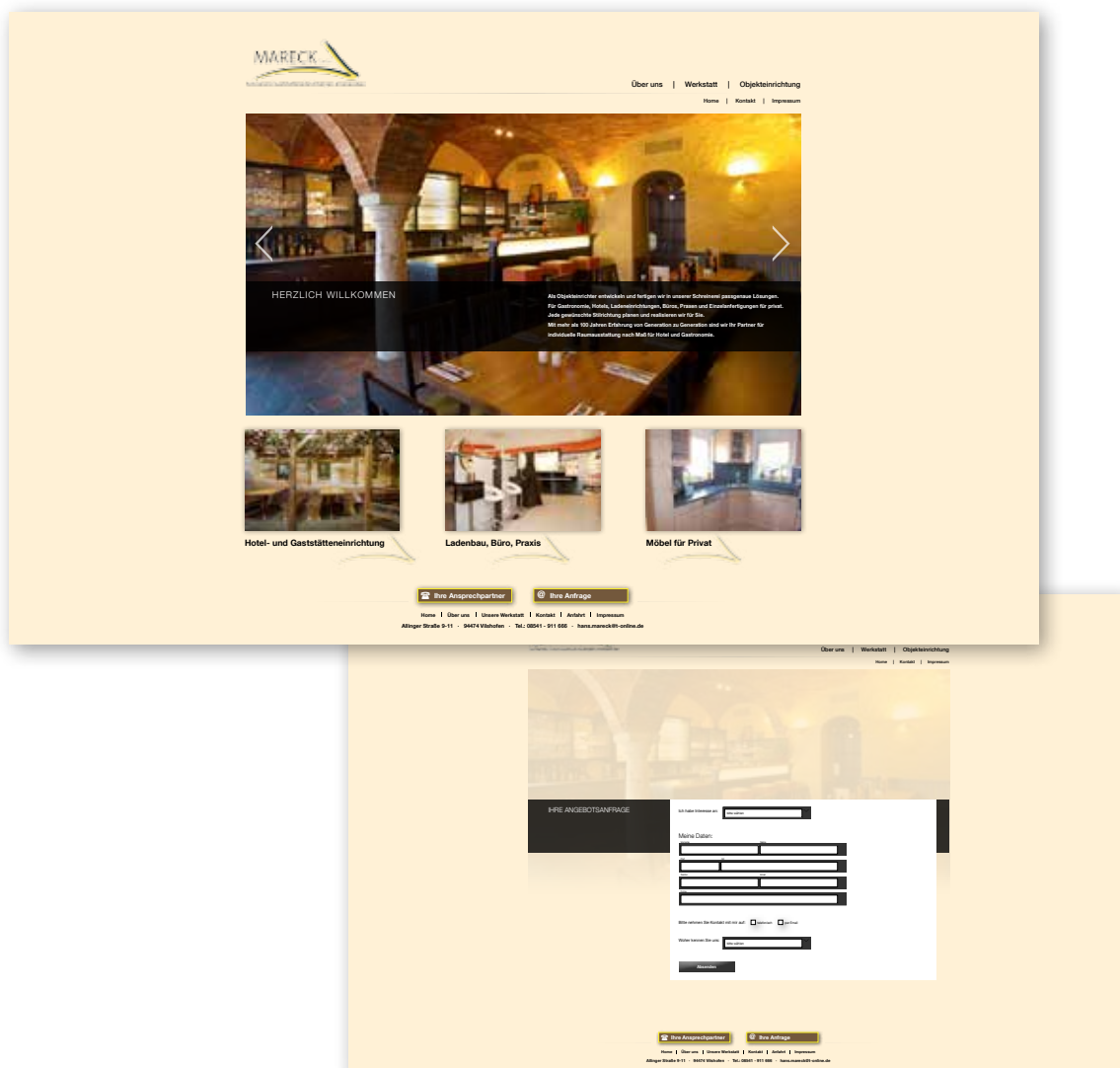
Höldl-Bau, Klaus Höldl · Am Bergl 14 · 94104 Witzmannsberg, Rappenhof · Tel. 08504 - 1038 · klaus\_hoeldl@freenet.de · [www.hoeldl-bau.de](http://www.hoeldl-bau.de)

## 2. TIPP

### Finden die Interessenten auf Ihrer Webseite was sie suchen, interessiert?

Der Interessierte kommt auf Ihre Homepage – die Sekunden der Wahrheit! Er will nun wissen, ob er bei Ihnen bekommt, was er sucht. D.h. Sie müssen bei der Planung Ihrer Webseite aus der Sicht Ihrer Besucher denken, Ihrer potentiellen Kunden. Nicht „wir sind die Tollsten“ sondern die Botschaft muss lauten „Sie wollen Top-Qualität, das Produkt x, eine schnelle Lieferzeit, etc. ...? Bei uns bekommen Sie es.“

Machen Sie es den Besuchern leicht, sich bei Ihnen zu melden. Schon eine leicht zu findende Kontaktnummer hilft. Noch besser ein auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmtes Kontaktformular.

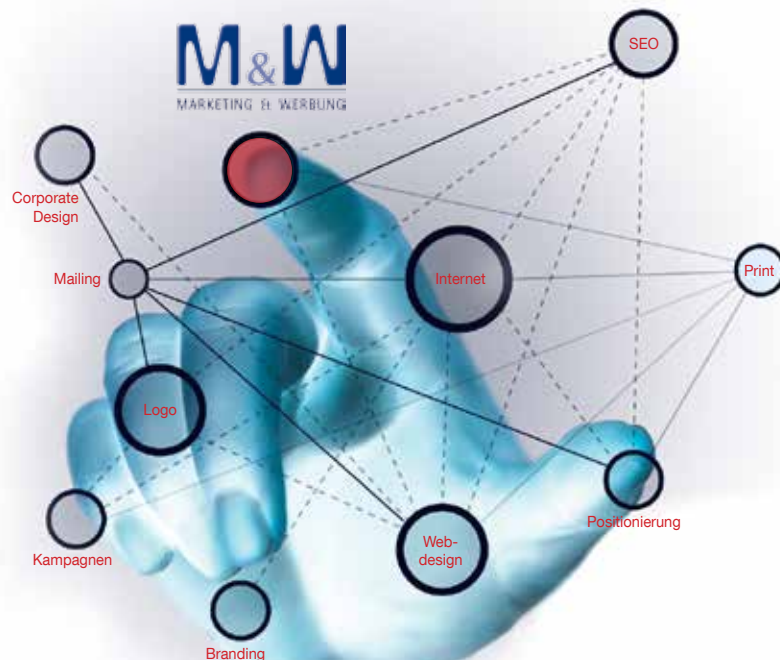


### 3. TIPP

#### Der richtige Werbemix macht es aus!

Gelbe Seiten, Kollektivanzeigen und eventuell eine mehr oder weniger gelungene Webseite. Das sind in der Regel die Kommunikationsmittel, die allgemein im Handwerk genutzt werden. Dazu Messebesuche bei einschlägigen Handwerksmessen. Das mag in Zeiten boomender Branche und Auftragslage ja ganz gut sein. Reicht das aber mittel- und langfristig? Werden Sie so zu einem Markenunternehmen, das Interessenten und Kunden zu sich zieht und bindet, zu begeisterten Weiterempfehlern Ihres Könnens werden lässt? Nein.

Denn ohne guten Kommunikationsmix müssen Sie alles selbst durch Ihre Persönlichkeit und Ihren direkten Kundenkontakt am Laufen halten. Das fordert Sie täglich rund um die Uhr. Möchten Sie das wirklich? Investieren Sie in Ihren guten Namen durch gute Werbung und Sie sparen viel Zeit und Nerven.



## 4. TIPP

### Anzeigenfriedhof – nein danke.

Sicher. Oft sind Sie „gezwungen“ eine Anzeige in einem Kollektiv zu schalten. Ok. Dann wissen die Leser, falls Ihre Anzeige auffällt, dass Sie dabei waren. Doch alles andere an Anzeigenwerbung können Sie vergessen. Außer Sie haben einen Tag der offenen Tür und schalten eine ganze Seite.

Wie eine gute Kollektivanzeige aussehen kann – hier ein Layoutbeispiel:



individuell wie Sie!

**Rimo**

**Bäderstudio**

- + 3D-Planung
- + Namhafte Hersteller, ob günstiges Aktionsbad oder exclusives Traumbad
- + Beratung auch bei Ihnen Zuhause

Büchlberger Str. 46 · 94051 Hauzenberg · Tel.: 08586 / 977 220 · [www.rimo-baederstudio.com](http://www.rimo-baederstudio.com)



## 5. TIPP

### **Kennen Sie Ihre besten Kunden/Kundengruppen?**

Als Handwerker haben Sie sowohl gewerbliche wie private Kunden. Wenn Sie nicht ständig Preiskämpfe ausfechten wollen und extrem viel Zeit mit Angebote schreiben für Ausschreibungen verbringen wollen, dann sprechen Sie gezielt die Leute an, die Sie gerne als Kunden hätten. Sie sind Schreiner und haben viel Know-how in der Küchenfertigung, in Lösungen für Hotels etc.? Dann werben Sie genau da, wo deren Entscheider sich aufhalten bzw. informieren.



## 6. TIPP

### Ein Firmenprospekt – das wäre doch was?

Ja und nein. Wenn Sie etwas für Ihr Unternehmensimage tun wollen, sicher eine gute Investition. Direkt für mehr Geschäft und Kundenaufträge brauchen Sie keinen. Hauptsache Sie haben eine aussagekräftige Homepage mit für die Kunden interessantem Content. Doch bedenken Sie: ab einer bestimmten Firmengröße erwartet man von Ihnen einfach, einen Prospekt zu haben oder wenigsten einen Faltplyer.



## 7. TIPP

### Wie wichtig ist denn eigentlich ein professionell gestaltetes Firmenlogo?

Auch dazu ein klarer Merksatz: investieren Sie in Ihren Namen und Sie werden zur Marke!

D.h. Sie sollten Ihrem Unternehmen ein Gesicht geben, leicht erlernbar und wieder erkennbar als unverwechselbare Identität. Das beginnt bei einem gut gemachten Logo. Damit bauen Sie Bekanntheit auf und schaffen Sympathie und Vertrauen bei Ihren Kunden. Die Grundlage guter, langfristiger Geschäftsbeziehungen.



## 8. TIPP

### **Merksätze für Ihre tägliche Werbepaxis:**

- Seien Sie sich klar über Ihre Unternehmensziele
- Suchen Sie sich Ihre Zielgruppen gut aus und sprechen Sie deren Sprache
- Seien Sie authentisch und transparent
- Geben Sie Ihrem Unternehmen ein Gesicht
- Je mehr Nutzen Sie geben, desto weniger müssen Sie auf den Preis schauen
- Schaffen Sie begrenzte Angebote
- Machen Sie Ihren Kunden Angebote, die sie nicht ausschlagen können
- Begeistern Sie Ihre Kunden bei jedem Kontakt
- Bieten Sie Garantien und Sicherheiten
- Kümmern Sie sich um Ihre Kunden, vor, während und nach dem Job

### III. SCHLUSSWORT

Nun haben Sie sicher die eine oder andere Anregung für Ihre Werbeplanung in diesem kleinen Ratgeber für Ihre Werbepaxis gefunden. Wir werden weitere Ratgeber erstellen, die Sie auf unserer Webseite [www.mweging.de](http://www.mweging.de) zum Download finden.

Wenn Sie uns Ihre Email-Adresse geben, werden wir Sie gerne zu den interessanten Themen aus der Welt des Marketings auf dem Laufenden halten.

Wir von M&W wünschen Ihnen nun von Herzen alles Gute. Viel Erfolg bei Ihrer Werbeplanung.



Herzlichst



Bernhard Wimmer