

Wirkung der Online-Präsenz verstärken

Handwerk hat goldenen Boden. Aktuell liegt das mehr an der hohen Nachfrage bei begrenztem Angebot als an aktiven Marketingmaßnahmen der Betriebe. Wenige lokale Unternehmer investieren in nachhaltiges Empfehlungsmanagement oder gute Onlineauftritte ... | VON MICHAELA ANDERT

Doch Aufbau und Pflege einer Webseite, der Ruf im Netz und das Auseinandersetzen mit Suchmaschinen auch für Player abseits des Onlinehandels lohnt sich. „Wer Maler, Installateure oder Elektriker in der Nähe sucht, befragt bekannte Internet-Plattformen und trifft anhand von online abrufbaren Daten schnelle Entscheidungen“, weiß Gründer und Geschäftsführer Mirko Altevogt.

Mittelsmann Google

Mit knapp 90% Marktanteil in Deutschland behauptet sich Google als beliebteste Suchmaschine: Wer Informationen sucht, googelt. Darum ist es wichtig, daß sich das lokale Unternehmen online transparent und von seiner besten Seite zeigt. Einladende Texte und Fotos, Adreß- und Kontaktdaten, Öffnungszeiten und Homepage gehören zu einem aussagekräftigen Profil auf Google zwingend dazu. Inhaber geben außerdem Auskunft über Neuigkeiten, bevorstehende Events sowie Wegbeschreibungen. Der Mensch als visuell veranlagtes Wesen behält das mit dem Auge Erfahrene länger im Gedächtnis. Warum also nicht einen virtuellen Rundgang durch den Showroom integrieren? Das steigert die Verweildauer der Surfenden auf der Webseite um das Fünffache. Interaktive Touren lassen sich sogar in Google einbinden. Dank einer 360-Grad-Panorama-Tour

mit klickbaren Wegmarken schlendert die Kundschaft rund um die Uhr durch die Räume.

Sterne? Gerne!

Als das Salz in der Suppe gelten die Kundenrezensionen, da viele sie als ausschlaggebendes Kriterium für einen Besuch sehen. Kontinuierliche Bewertungen auf 4- bis 5-Sterne-Niveau mit lobenden Worten auf Google schüren Vertrauen in die Qualität der Adresse. Tatsächlich rezensieren Auftraggeber jedoch gern nach negativen Eindrücken. Ob gerechtfertigt oder nicht – 1-Sterne-Bewertungen drücken den Sterne-Schnitt und kosten Kunden sowie Umsatz. „Mit einem Rechtsanwalt gelingt es oft, gegen diese Bewertungen vorzugehen“, so Altevogt. Zufriedene Kunden zu einem schriftlich geäußerten Lob zu bewegen, setzt ein Agieren der Mitarbeiter voraus. PR-Helden-Gründer Altevogt nennt es „einen unaufdringlichen Stups zur richtigen Zeit“. Der passende Augenblick hängt von den Arbeitsabläufen des Handwerksbetriebs ab, als Zielgruppe eignen sich aber immer begeisterte Kundinnen und Kunden. So nutzt beispielsweise ein Fußbodenleger die Gunst der Stunde, indem er lobenden Mandanten bei der finalen Abnahme eine Empfehlungskarte mit QR-Code zur sofortigen Bewertung an die Hand gibt.

Noch Fragen? www.pr-helden.de

Für Handwerksbetriebe lohnt sich eine auffindbare Web-Präsenz. Bild: pexels/cottonbro studio

PR-Helden

Mirko Altevogt gründete 2017 die PR-Helden GmbH & Co. KG. Die Online-Marketing-Agentur mit Sitz in Dorsten (NRW) beschäftigt knapp 30 Mitarbeiter und fokussiert mit maßgeschneiderten Lösungen lokale Unternehmen. Zertifiziert als Google Street View Trusted bringen die Spezialisten ihren Klienten mehr Online-Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit. Zu ihren Online-Lösungen gehören u. a. die Helden-Tour, ein virtueller 360-Grad-Rundgang durchs Unternehmen, das Empfehlungsprogramm Regiosterne-Held, der Profil-Held für ein optimales Firmenprofil auf Google oder die Reputationshilfe Prestige-Held.