

NEWSLETTER:

Potential für das Handwerk

Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung ändern sich auch die Ansprüche von Kunden an die Art und Weise der Kommunikation. Wirksame und maßgeschneiderte Strategien helfen Handwerksbetrieben dabei, sich von der Konkurrenz abzuheben. Dieser Beitrag zeigt auf, wie wichtig Newsletter-Marketing für die Kundenbeziehung ist und gibt Tips für die konkrete Umsetzung | VON SVEN KUMMER



Sven Kummer, Gründer und Geschäftsführer von rapidmail

(Foto: Carina Adam Photography)

Wie groß die Spuren sind, die die Digitalisierung im Handwerk bereits hinterlassen hat, zeigen die Ergebnisse einer gemeinsamen Studie von Bitkom und dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) aus dem Jahr 2022. Über die Hälfte der rund 500 befragten Betriebe gab an, daß die Digitalisierung dazu beitrage, die eigene Existenz zu sichern, und über 80 Prozent sind Digitalisierungsmaßnahmen gegenüber aufgeschlossen. Keine Frage: Das Handwerk in Deutschland wird digitaler. Ein genauerer Blick auf die Zahlen verrät allerdings auch, daß mehr als die Hälfte angibt, sich digitale Anwendungen nicht leisten zu können – und nur knapp ein Viertel nutzt bislang Newsletter als Marketingmaßnahme. Das ist insofern nicht >>

Anzeige



beem

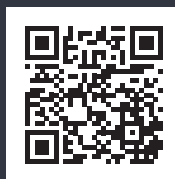
EINFACH. SCHNELLER. AUSTAUSCH.

JETZT NEU!

DIE CHAT-APP FÜR DAS FACHHANDWERK

GC BEEM sorgt für...

- ✓ jederzeit **schnelle Erreichbarkeit** Ihrer Ansprechpartner*innen
- ✓ einfachen **Bildversand**
- ✓ **sofortige Problemlösung** auch in Urlaubszeiten
- ✓ einfache **Ersatzteilanfrage**
- ✓ den **direkten** Bezug auf **ONLINE PLUS Vorgänge**



GC-GRUPPE.DE/BEEM

DIGITAL
BOX



» verwunderlich, als weit mehr als 90 Prozent der Handwerksunternehmen in Deutschland zu den kleinen und mittleren Unternehmen zählen – und damit in den seltensten Fällen über eine eigene Marketingabteilung verfügen. Gemessen an den Kosten erzielt allerdings keine andere Maßnahme einen vergleichbar großen Effekt. Und das, obwohl damit nicht zwingend ein großer Zeitaufwand verbunden ist. Vor dem Hintergrund, daß Kunden zunehmend auch von Handwerksbetrieben gute digitale Kommunikation erwarten, liegt für die Branche hier noch großes, vielfach ungenutztes Potential.

einfach umzusetzen. Dank intuitiver Software, die häufig über eine Vielzahl kostenloser Templates verfügt, bedarf es keiner speziellen IT- oder Designkenntnisse, um professionell gestaltete Newsletter zu verschicken. Drag & Drop-Funktionen ermöglichen das schnelle Einfügen von Bildern oder das Verschieben von Text- und Designelementen. Einige Anbieter gehen sogar noch einen Schritt weiter und ermöglichen durch die Eingabe der eigenen Website-URL die automatische Übernahme sämtlicher Elemente wie Farben, Schriftarten, Logos und Social-Media-Links. Mit nur einem Klick kann so eine Vielzahl an

werden. So sind Newsletter eine ideale Möglichkeit, um auf neue Produkte, Dienstleistungen oder Aktionen aufmerksam zu machen, an turnusmäßig anstehende Wartungstermine zu erinnern oder zu besonderen Anlässen Grußbotschaften zu versenden. Beliebte inhaltliche Kategorien sind unter anderem:

- **Projekte und Referenzen**

Teilen Sie bereits erfolgreich umgesetzte Projekte oder Referenzen, um Ihre Expertise und Qualität zu demonstrieren.

- **Tips und Tricks**

Geben Sie nützliche Tips und Tricks für die Pflege und Wartung von Produkten und verweisen Sie auf einen möglicherweise existierenden YouTube-Kanal.

- **Branchennews und Trends**

Informieren Sie über die neuesten Branchennews sowie Trends und positionieren Sie sich als Visionär hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen und Technologien Ihrer Branche.

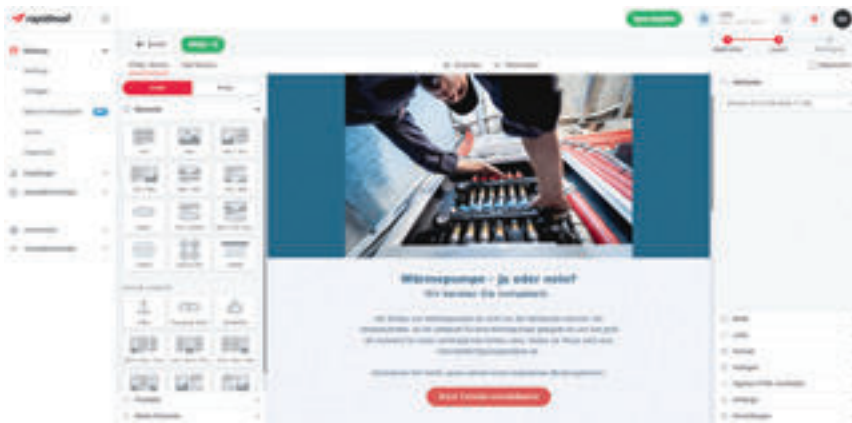
- **Einblicke in das Unternehmen**

Geben Sie für mehr Nahbarkeit Einblicke in Ihr Unternehmen, etwa durch die Vorstellung einzelner Mitarbeiter.

Über inhaltlich gute und regelmäßige Newsletter hinaus spielt auch der genaue Versandzeitpunkt eine Rolle: Die höchste Lesewahrscheinlichkeit besteht innerhalb der ersten drei Stunden nach Erhalt und nimmt danach rapide ab. Deshalb sollte bei B2C-Kommunikation der Zeitpunkt unbedingt außerhalb, bei B2B-Kommunikation dagegen innerhalb der gewöhnlichen Bürozeiten liegen.

FAZIT

Um im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung den Anschluß nicht zu verlieren, sollten auch kleine und mittlere Handwerksbetriebe auf E-Mail-Marketing als Grundstein ihrer digitalen Kommunikation setzen. Die geringe Investition in ein professionelles Newsletter-Tool bietet die Chance, bestehende Kundenbindungen zu festigen und sich innerhalb der eigenen Branche dank relevanter Informationen mit seiner Expertise zu positionieren. Werden in der praktischen Umsetzung einige Grundsätze beachtet, können Newsletter entscheidend zum langfristigen wirtschaftlichen Erfolg beitragen. <<



Weshalb Newsletter-Marketing gerade für Handwerksbetriebe wichtig ist

Laut Statistischem Bundesamt gab es im Jahr 2020 in Deutschland über 560.000 Handwerksunternehmen. Diese große Dichte an konkurrierenden Betrieben macht es notwendig, in der jeweils eigenen Branche an Sichtbarkeit und Profil zu gewinnen. Während Erstaufträge einmalig einen höheren Gewinn bedeuten können, sind es vor allem die über das Jahr verteilten Folgeaufträge, die Betrieben regelmäßigen Umsatz und finanzielle Planbarkeit einbringen. Newsletter schaffen für Handwerksbetriebe als direkter Kommunikationskanal die dafür so wichtige Möglichkeit, regelmäßig mit Kunden in Kontakt zu treten, durch relevante Informationen die eigene Expertise zu unterstreichen und dadurch langfristig die Kundenbindung zu festigen.

Anders als bei professionellen Social-Media-Auftritten, die mit großem Zeitaufwand gepflegt werden müssen, ist die Einrichtung eines regelmäßigen Newsletters schnell und

Newsletter-Vorlagen im eigenen Unternehmensdesign erstellt werden. Das ermöglicht auch kleinen Betrieben ihrem hohen fachlichen Wissen entsprechend ein Höchstmaß an Professionalität in der Kommunikation. Je nach Häufigkeit des Versandes gibt es unterschiedliche Preismodelle, die bereits ab 9 Euro im Monat beginnen und damit einen überschaubaren Kostenfaktor darstellen.

Inhalt und Timing sind entscheidend für den Erfolg

Damit sie einen Mehrwert für die Leser schaffen und nicht die gegenteilige Wirkung haben – Stichwort Spam! –, ist es wichtig, sich über Inhalt und Timing der einzelnen Mailings genauestens Gedanken zu machen. Neben dem regelmäßigen Versand, der sich durch einen Versandplan bereits weit im voraus für ein ganzes Jahr vorbereiten läßt, ist auch der inhaltliche Aufbau von entscheidender Bedeutung. Durch die Verwendung gleichbleibender Themenblöcke und Kategorien schafft dies zusätzlich zum Design den erwünschten Wiedererkennungswert und erhöht die Wahrscheinlichkeit, daß Newsletter nicht nur abonniert, sondern auch tatsächlich gelesen