



Peter Ullrich hat ein Pilotprojekt der SHK AG begleitet, die ihre Mitgliedsunternehmen im Online-Marketing unterstützt.

SHK AG unterstützt Mitglieder mit neuem Web-Service

MARKEN ONLINE KOMMUNIZIEREN

Peter Ullrich nahm an einem Pilotprojekt der SHK AG teil und testete deren neuen Online-Service auf Herz und Nieren. Die „Meister der Elemente“ und „Die Badgestalter“ können jetzt potentielle Kunden optimal online ansprechen – ohne zusätzlichen Personal- und Kostenaufwand.

Vor Ort nennen sie ihn „den Ullrich“. Der Geschäftsführer des SHK-Unternehmens Ullrich Bad-Design . Heizung und Sanitär GmbH in Bebra hat sich in seiner Region einen Namen gemacht. Die beispielhafte Ansprache seiner Auftraggeber hat Ullrich über Jahre hinweg kultiviert: Mit 30 Angestellten bedient er vornehmlich Privatkunden aus dem thüringisch-hessischen Grenzgebiet. Um seinen Betrieb als Marke zu etablieren, bespielt er viele Kanäle: eine Kaminofen-, Bad- und Technikausstellung, Infoveranstaltungen und Kundenevents

sowie die Kundenansprache über Print- und Online-Medien. „Im Bereich Marketing habe ich stark von meiner Mitgliedschaft in der SHK AG profitiert“, erklärt der gelernte technischer Zeichner für Heizungs- und Lüftungsbau.

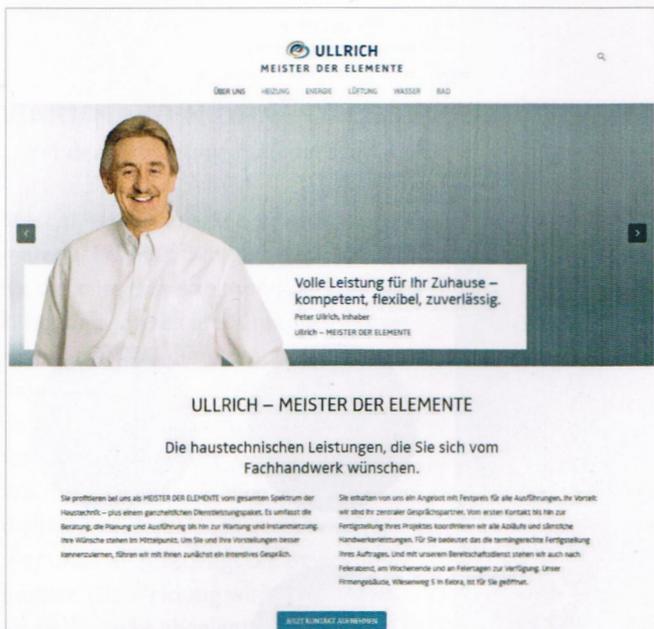
Vorgeschichte

Im Jahr 2000 trat Ullrich der SHK AG bei. Damals befand sich sein Betrieb in einer konjunkturell schwierigen Lage und erforderte eine Neuaufstellung. Die Ausrichtung auf Endkunden und die Konzentration auf wenige Lieferanten, die in der Region kaum verbreitet waren, waren wichtige Schritte zu neuer Liquidität. „Ich habe schnell erkannt, dass wir unsere Produkte bündeln müssen. So haben wir uns vom Tante-Emma-Laden zum Exklusiv-Anbieter weniger Marken gewandelt.“ Zudem fand Ullrich bei dem Fachhandwerker-Verband Marketing-Konzepte, die zu ihm passten: Die Qualifizierungen „Meister der Elemente“ und „Die Badgestalter“ verschafften ihm ein Alleinstellungsmerkmal in der Region.

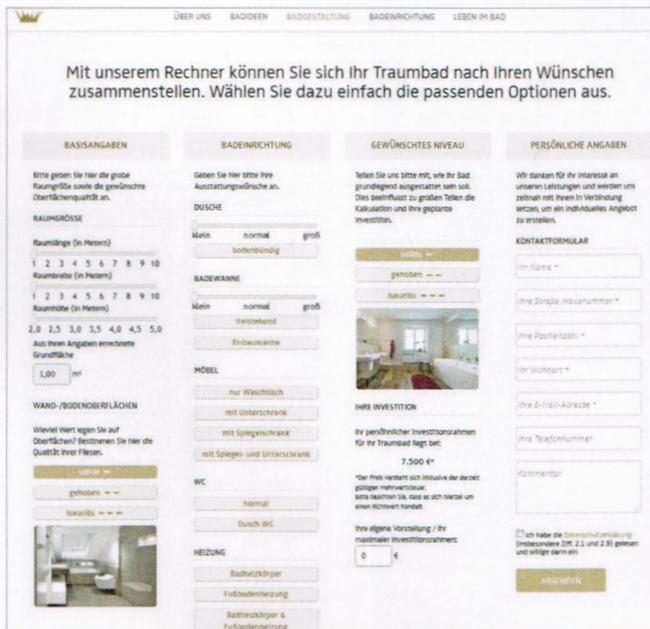
Hinter ersterem steckt das Kompetenzfeld im Bereich der Sanitär-, Heizungs-, Wasser- und Klimatechnik: Von der Kundenberatung, der konkreten Haustechnikplanung mit passenden Produkten samt Preisangebot, der Übergabe und Projektdokumentation bis hin zum Notfalldienst. Unter dem Siegel „Die Badgestalter“ werden kreative Badplanung, hochwertige Produktauswahl und handwerkliche Kompetenz zu einer Komplettleistung gebündelt. In seiner Badausstellung macht er die Planung eines neuen Badezimmers zum Erlebnis. Dazu beschäftigt der SHK-Profi zwei Diplom-Badgestalterinnen (SHK), koordiniert verschiedene Gewerke und präsentiert Markenprodukte in attraktiven Themenwelten.

Kundenansprache

Auf unterschiedlichen Wegen macht Ullrich auf seine Leistungen aufmerksam: Regelmäßig inseriert er in der lokalen Presse, fällt erfolgreich durch Veranstaltungen im Haus und Gewerbemessen



Wer im Umkreis von Bebra nach einem Badprofi sucht, entdeckt unter den obersten Googletreffern diese Homepage von www.meister-der-elemente.de.



Der Badkostenrechner auf www.die-badgestalter.de soll interessierten Kunden ein realistisches Bild von der Investition in eine Badmodernisierung vermitteln.

auf. Als Mitglied im Markenbeirat hat Ullrich jetzt gemeinsam mit der SHK AG einen neuen Online-Kanal entwickelt. Das Ziel: Alle als „Meister der Elemente“ zertifizierten Unternehmen sollten eine zur Marke passende Webseite für ihren Betrieb individualisieren und zur Kundenansprache nutzen können. Überdies sollen potenzielle Kunden durch Ansprechpartner der SHK AG optimal auf das Verkaufsgespräch mit dem Handwerk vorbereitet werden.

Die Umsetzung

Die Pilotphase von www.meister-der-elemente.de, an der Ullrich mit 16 anderen Betrieben teilnahm, dauerte von Februar bis Juni 2016. Seit Juli 2016 ist das Portal in vollem Umfang im Netz zu finden. Es ist gefüllt mit suchmaschinenoptimierten Beiträgen rund um die Themen Heizung, Lüftung und Sanitärtechnik. Unter der Rubrik „Über uns“ können sich teilnehmende SHK-Betriebe darstellen: Neben der Firmengeschichte und -philosophie gibt es hier Raum zur Präsentation eigener Ausstellungen, Referenzen, der Vorstellung des Teams oder für aktuelle Stellenausschreibungen. Diese werden durch Mitarbeiter der SHK AG eingepflegt und bei Bedarf aktualisiert.

Vorbereitung der Kundenanfragen

Am Ende jeder Website befindet sich ein Kontaktformular, über das Interessenten

weitere Informationen anfordern können. Wer sich telefonisch meldet oder um einen Rückruf bittet, landet in der Zentrale der SHK AG in Bruchsal. Hier werden die Anfragen selektiert und viele Kundenfragen vorab beantwortet. Erst wenn es um eine Kaufentscheidung geht, wird die Anfrage an den vor Ort zuständigen „Meister der Elemente“ weitergegeben. „Das spart jede Menge Zeit in der Kundenberatung“, erklärt Ullrich, der durch das Portal bereits zwei Aufträge an Land gezogen hat. „Bei einem Kunden im Nachbarkreis Melsungen konnten wir eine Pelletsanlage mit einem Auftragsvolumen von 40.000 Euro installieren. Werbetechnisch hätten wir diesen durch unsere Inserate in der Kreiszeitung nicht erreicht. Genauso wenig wie den Kunden aus Thüringen, der eine Solaranlage im Wert von 20.000 Euro bei sich einbauen ließ.“

Eine Google-Ad-Words-Kampagne begleitet das Portal und soll für zahlreiche Klicks sorgen: Rund 2,3 Mio. Page-Impressions hat meister-der-elemente.de seit seinem Start im Juli bis November 2016 erreicht. Dabei ist das Portal nicht nur für die Neukunden-Akquise hilfreich: „Selbst manche Bestandskunden haben über die Webseite jetzt ihre Heizungs-wartung angefragt“, erklärt Ullrich. „Jeder der im Kreis etwas zum Thema Bad- oder Heizungssanierung googelt, kann uns über die AdWords-Anzeige finden.“

Zweites Portal online

Was die SHK AG für die „Meister der Elemente“ auf den Weg gebracht hat, hat sie auch für „Die Badgestalter“ ge-

Das Printmagazin der SHK AG



Das neue Badmagazin richtet sich an Verbraucher, die sich für eine Badrenovierung interessieren.

Mit dem neuen Bädernmagazin will die SHK AG ihre Mitgliedsbetriebe im Marketing unterstützen. Bundesweit und in Österreich wird das Magazin an Verbraucher geschickt, die sich für eine Badrenovierung interessieren und Kontakt zum Fachhandwerk suchen. Auf 136 Seiten zeigt die Publikation mehr als 20 Bäder, die für den Badplanerwettbewerb „Badideen aus der Praxis“ eingereicht worden sind und außerordentliche Arbeiten zeigen. Im Adressteil finden die Leser die Kontaktdaten zum Badprofi vor Ort.



Über diese Maske werden Kundenanfragen über das Portal an die SHK AG weitergeleitet. Die Erstberatung und -information finden über einen Telefonservice der Handwerkervereinigung statt.



Unter der Rubrik „Über uns“ stellt Peter Ullrich sein Team vor.

tan: Ende Oktober schaltete der Verband www.die-badgestalter.de frei. Bundesweit können jetzt 120 Badgestalter das Online-Angebot nutzen – die Voranmeldungen waren zahlreich. Über einen Komplettbadrechner kann der Interessent Angaben zu seinem Wunschbad eingeben und erhält eine realistische Preisvorstellung. Diese wird dem zuständigen Badgestalter von der SHK AG übermittelt, damit er zielgerichtet auf die Vorstellungen des Kunden im Gespräch eingehen kann.

Der Service ist Unternehmen mit den Marken „Meister der Elemente“ oder „Die Badgestalter“ vorbehalten. Derzeit will der Verband das bundesweite Netz von zertifizierten Handwerksbetrieben vergrößern, um die Anfragen über die Portale regional optimal abdecken zu können. „Im Badbereich ist der Kunde eher bereit, größere Strecken zum Handwerker zu überbrücken“, erklärt Ullrich, „aber wenn es um Reparatur- und Wartungsarbeiten rund um die Heizung geht, sind 50 km bereits zu viel.“

Resümee

Der Start des Portals verlief für Ullrich vielversprechend. Eine ausschließliche Kundenansprache über das Netz ist für

ihn jedoch nicht vorstellbar. „Die Verzahnung von klassischer Werbung und der Präsenz in Netz inklusive den sozialen Netzwerken ist mir wichtig“, erklärt der SHK-Experte. Seine Vision ist klar umrissen: „In Zukunft wollen wir 1/3 un-

serer Aufträge durch Stammkunden, 1/3 durch Offline-Werbung und 1/3 durch Online-Werbung generieren.“ ■ www.ullrich-bebra-mde.de www.ullrich-bebra-dbg.de www.ullrich-bebra.de

STATEMENT DER SHK AG

„Das Kaufverhalten ändert sich. Auch in unserer Branche. Menschen, die sich für ein neues Bad, eine neue Heizung interessieren, informieren sich immer stärker im Internet. Und vor allem: Sie kontaktieren über Online-Plattformen direkt den Anbieter. Wir im Fachhandwerk müssen mit dieser Entwicklung Schritt halten. Nur so bleiben wir wettbewerbsfähig und unabhängig. Motor der SHK-Kunden-Offensive ist daher unser digitales Kundengewinnungs-System. Es leistet exakt dies: die richtigen Käufer anziehen, Anfragen auslösen, diese qualifizieren und als wertvolle Verkaufschance an den SHK-Markentrieb am Ort weiterleiten. Ein Ef-



Fördern die Digitalisierung des Handwerks: Das Führungsteam der SHK AG (v.l.n.r.): Dr. Michael Schreiber, Leitung Kommunikation und Marketing; Harald Belzer, Vorstand; Georg Lauinger, Vertriebsleitung.

fekt dabei: Das Handwerksunternehmen kann die Qualität seiner Aufträge steuern.“