

Online Strategien zur Endkunden-Gewinnung heftig diskutiert

Erinnern Sie sich noch? Als im Internet immer mehr Waren angeboten wurden, schwappte die Welle auch in unsere SHK-Welt. Dort tauchten auf einmal Angebote im Sanitär-Bereich auf, egal ob Waschtisch, Armatur oder WC von bekannten und renommierten Marken. Auf einmal trat das Internet neben die damals heftig kritisierten Baumarkt-Aktivitäten. Diese Internet-Angebote sorgten für große Aufregung, denn die dort angebotenen Preise lagen und liegen teilweise deutlich unter den Preisen, die das SHK-Handwerk anbietet. Natürlich steht hinter der Ware, die der Kunde vom SHK-Handwerk verbaut bekommt, noch viel mehr als nur ein Preis. Aber das sehen die Endkunden nicht sofort, dazu gehört viel Argumentation und Aufklärungsarbeit – und die Preisdiskussion war einfach da und ist nicht so einfach aus der Welt zu schaffen. Inzwischen sind auch viele Produkte der Heizungsseite im Netz zu haben.

Jetzt ist das Internet wiederum im Blickpunkt der SHK-Branche. Jetzt geht es um Leads-Generierung. Sucht man im Internet nach einer Erklärung was sich dahinter verbirgt, findet man Definitionen wie „die Gewinnung von Interessenten für Waren oder Dienste“ oder Leads im engeren Sinne: „Datensätze mit Kontaktdaten von Interessenten“. Es geht also schlicht darum, Kundenkontakte herzustellen oder zu bekommen, um aus diesen wichtigen Kontakten dann auch Aufträge zu erzielen. Und diese Kundenkontakte lassen sich immer häufiger aus dem Internet gewinnen, denn 95% der Endverbraucher informieren sich heute schon im Netz. Und dort erhalten Sie dann häufig Angebote in kurzer Zeit.

Wie so etwas geht, hat beispielsweise Thermondo auf der Heizungsseite aufgezeigt und bei dem ein oder anderen Endkunden den Zeitgeist getroffen. Natürlich hat die Branche dies gesehen und erkannt. Der Knackpunkt ist, im Netz das entsprechende Gehör zu finden, wenn der Endkunde nach einer Ware oder Dienstleistung sucht. Und da wird es schon für den einzelnen SHK-Handwerksbetrieb teuer und zeitaufwendig, um hier mithalten zu können. Zudem braucht man sehr viel Know-how in Sachen Internet. Also haben sich Heizungs-Hersteller auf den Weg gemacht, hier in verschiedener Art und Weise besonders marketingfähige Internetseiten zu gestalten. Dabei geht man teilweise so weit, dass man aus diesen Kunden-Interessen gleich Aufträge erzielt und diese dem Handwerk weitergibt. Der Aufschrei in der Branche war heftig, sah man doch die Eigenständigkeit des Handwerks gefährdet und die Diskussion ist noch nicht beendet. Eines ist aber zweifelsfrei, die Leads-Generierung von Aufträgen hat unsere Branche erreicht und wir müssen uns darauf einstellen. **Dies macht zum Beispiel auch die Handwerkerkooperation SHK AG in der fast 1.000 Betriebe Mitglieder sind. So wurde auf der Jahreshauptversammlung den Mitgliedern dieses Thema ausführlich dargestellt und eine neue Online-Strategie vorgestellt, in deren Mittelpunkt eine suchoptimierte Webseite steht und gleichzeitig marketingkompatible Mitgliederwebseiten. Die Mitglieds-Betriebe treten dabei als Netzwerk auf mit hoher Reichweite und entscheidender Suchmaschinen-Relevanz. Die gewonnenen Adressen werden hier in einem zentralen System erfasst, nach Verkaufs-Chancen bewertet und an den jeweiligen SHK-Mitgliedsbetrieb exklusiv weitergeleitet. Dieser Betrieb ist dann aufgefordert mit dem potenziellen**

Neukunden möglichst zeitnah Kontakt aufzunehmen, denn das erwarten heute immer mehr Internet-Nutzer.

Wir sind schon mitten in der digitalen SHK-Welt angekommen und es ist für alle Beteiligten in der SHK-Branche wichtig, sich hier optimal aufzustellen und gemeinsame Strategien zu entwickeln.



Der REPORT erscheint 9 x im Jahr.

KRAMMER VERLAG DÜSSELDORF
Aktiengesellschaft,
Goethestrasse 75, 40237 Düsseldorf,
Telefon 02 11/9149-3, Fax -4 50
E-Mail: krammer@krammerag.de

Verlagsleitung

Dr.-Ing. Klaus Krammer

Chefredaktion

Dr. Thomas Burska-Erler

Redaktion

Sebastian Schmidt

Anzeigen

Alke Schmeis (verantwortlich),
Telefon 02 11/91 49-4 55, Fax - 4 50

Leserdienst

Miriam Hölscher-Engelhardt,
Telefon 02 11/91 49-5 32, Fax: - 4 80
m.hoelscher@krammerag.de

Vertrieb/Aboverwaltung

Telefon 02 11/91 49-4 33, Fax - 4 80
vertrieb@krammerag.de

Layout

Claudia Schirmer

Reproduktion

KNM Krammer Neue Medien GmbH
Goethestrasse 75, 40237 Düsseldorf

Druck

Headley Brothers Ltd.,
Ashford, Kent, TN24 8HH England

Krammer Verlag Leipzig GmbH

Bau.-Ing. Sigrid Busse
Buchenallee 37, 04435 Schkeuditz
Telefon 03 41/ 90 29 -3 00, Fax -307

Topin Media s.r.o.

Jakub Vokoun,
Na Břevnovské pláni 1363/71,
169 00 Praha 6,
Tel. 00 42/02/776 660 099
www.topin.cz, E-Mail: topin@topin.cz

Editions Krammer Bruxelles S.p.r.l.

John Lams, Av. Alex Bertrand 50,
B-1190 Bruxelles,
Telefon 00 32/2/3 40 76 - 90, Fax - 98

Anzeigenpreis nach Anzeigenpreisliste 2016.
Bezugspreis für ein Jahresabonnement
(Inland) beträgt 21,00 €,
(Ausland) 30,00 €, Einzelheft 3,00 €.
Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr über-