

► Zielführendes Marketing muss nicht in eine zeitraubende Zusatzbelastung ausarten



Marketing für Zimmerer

So geht Ihre Strategie auf!

Eine Anzeige oder mal eine Pressemitteilung – das kann nur ein Anfang sein. Um Ihren Bekanntheitsgrad zu steigern und Ihre bevorzugte Klientel zu erreichen, brauchen Sie eine Marketing-Strategie.

In vielen mittelständischen Zimmereien laufen das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit „eher am Rande“ mit. Die Arbeitsleistung und das Geld werden an anderer Stelle oft dringender benötigt und es fehlt in der Regel eine klare Strategie. Dabei muss Marketing, wenn es gezielt eingesetzt wird, nicht in eine zeitraubende Zusatzbelastung und in unüberschaubare Kostenpositionen ausarten. Die Marketingprofis von Einer.Alles.Sauber. haben wichtige Erfolgsfaktoren für ein effektives Marketing herausgearbeitet – entscheidend sind demnach:

- die Festlegung auf ein konkretes Marketingziel
- die Bestimmung der zum Unternehmen passenden Zielgruppe
- die Herausstellung der eigenen Stärken
- die lokale Positionierung als Marke
- die optimale Nutzung aller Online-Kanäle
- eine professionelle Kontaktpflege

„Positionierung“ als Zauberwort

Damit das Marketing nicht nur eine unkoordinierte Aneinanderreihung von Einzelmaßnahmen bleibt, muss

man als Inhaber zunächst diese Fragen unmissverständlich beantworten: Was kann mein Unternehmen besonders gut und wofür soll es eindeutig wahrgenommen werden?

2020 gab es in Deutschland fast 12 000 Zimmereibetriebe. Die Zahl wird sich seither unwesentlich verändert haben. Es ist sehr wahrscheinlich, dass es auch in Ihrem Marktgebiet einen oder sogar mehrere Mitbewerber gibt. Potenzielle Kunden sollten von daher genau wissen, warum sie sich ausgerechnet für Ihr Unternehmen entscheiden sollten.

Die Antwort auf diese Frage entscheidet also darüber, ob Sie nur eine von vielen oder die angesagte

Management

Sieger in der Kategorie
»Beste Produktinnovation Rohbau«

DIE LÖSUNG FÜR DEN MEHRGESCHOSSIGEN HOLZBAU

B2B oder Endverbraucher?

Das macht also... Sie bestimmt das Image des Unternehmens. Es macht also... die Beantwortung die nötige Zeit zu investieren, denn die öffentliche Wahrnehmung eines Betriebs lässt sich nicht laufend neu justieren. Zentrieren Sie sich bei Ihrem Marketing also möglichst auf ausgewählte, aussagekräftige und verlässliche Merkmale und Produkte.

B2B oder Endverbraucher?

Dass eine Zimmerei z. B. langjährige Erfahrung mit der Bearbeitung von Holz hat, ist eigentlich ein Selbstverständnis und muss nicht anders betont werden. Das erwarten die Kunden von Ihnen und von allen Mitbewerbern. Ihre Stärken sind im Allgemeinen anderswo von Ihr Kunde spürbar, professionell, wenn er einen Auftrag bei Ihnen platziert.

Dabei macht es aber einen großen Unterschied, ob Ihre potenziellen Kunden aus dem sogenannten „B2B-Bereich“ kommen als ob sie Bauverträger oder Architekten sind, oder ob gezielt Endverbraucher angesprochen werden sollen.

Wenn Sie in Ihrem Marketing an beide Gruppen gleichermaßen richten wollen, benötigen Sie auf jeden Fall zwei komplett getrennte Marketing-Ansätze, denn Branchenprofis reagieren tendenziell anders auf Marketingmaßnahmen als die weniger informierten Endverbraucher.

Mittel einsetzt und gezielt einsetzen

In großen Konzernen beschäftigen sich ganze Abteilungen mit der Umsetzung einer vorgegebenen Marketing-Strategie. Experten in den Bereichen Werbung, Public Relations und Social Media arbeiten dabei Hand in Hand. In inhabergeführten Zimmereien ist das Marketing in der Regel Chefsache. Für viele Zimmerer ist das Marketing für den Unternehmenserfolg, andererseits aber auch um viel Geld geht, den regelmäßige Präsenz gibt es leider nicht umsonst. Große Unternehmen stellen hierfür einen festen Jahresetat zur Verfügung, den kleineren Zimmereien ist es jedoch zum Glück nicht nötig, einen festem Etat schon. Nur so ist sichergestellt, dass auch am Jahresende noch Mittel für die vorher geplanten Maßnahmen bereitstehen. Dabei liegt die Betonung auf geplanten, denn ein fester Etat verhindert gleichzeitig, dass die Marketingmaßnahmen durch unpassende Finanzmaßnahmen abfließt. Der Etat sollte daher nicht zu knapp bemessen sein. In der Regel betragen die Marketingkosten für den Umsatz ca. 2 bis 3 Prozent des geplanten Jahresumsatzes betragen.

Die Marketingkanäle im Marketing-Mix

Heute wird auch der klassische Handwerksbetrieb üblicherweise auf digitalem Weg gesehen. Setzen Sie darum bitte bei den Online-Maßnahmen einen Schwerpunkt.

Die Basis eines erfolgreichen Online-Marketings ist unverrückbar das eigene, übersichtliche und aus Kundensicht aufgebaute Homepage. Halten Sie diesen Auftritt immer aktuell und modern, denn nichts altert so schnell als die eigene Homepage. Speziell hierfür muss jedes Jahr ein getriggertes Budget zwingend definiert werden. Natürlich müssen im Internet Ihre Stärken und Besonderheiten deutlich herausgestellt werden. Nicht als Stichpunktliste unter dem Motto „unsere Leistungen“ sondern als eigenständige

Profitieren Sie von den hervorragenden und bodentiefen Eigenschaften unserer »best wood CLT BOX Decken- und Wandplatten« erhöhter Schallschutz auch im häufig genutzten Bereich – Brandschutz bis F90/REI90 – große Spannweiten möglich

SCHNEIDER-PLUS

erstellen von Brand- und Schallschutzkonzepten

kostenlos online Software

Konstruktionsskizzen für luftdichte Anschlüsse

Entdecken Sie viele weitere BSH, CLT und CLT BOX Decken- und Wandsysteme auf www.schneider-holz.com

best wood SCHNEIDER

www.schneider-holz.com



Hausumbau

Wenn Sie Ihr Haus umbauen und schöner, größer, praktischer und energieeffizienter machen wollen, dann ist Hausumbau die richtige Wahl für Sie. Wir helfen Ihnen bei der Planung und Umsetzung Ihres Umbau-Projekts.

→ Mehr erfahren



Hausanbau

Ein moderner Hausanbau schafft mehr Platz für Ihre Bedürfnisse. Wir helfen Ihnen bei der Planung und Umsetzung Ihres Anbau-Projekts.

→ Mehr erfahren



Dachaufbau

Ein Dachaufbau erweitert den Wohnraum nach oben. Wir helfen Ihnen bei der Planung und Umsetzung Ihres Dachaufbau-Projekts.

→ Mehr erfahren



Hausaufstockung

Ein Hausaufbau erweitert den Wohnraum nach oben. Wir helfen Ihnen bei der Planung und Umsetzung Ihres Aufbau-Projekts.

→ Mehr erfahren

Ein großer Teil der Anfragen wird online abgewickelt.

erkennt man, warum Ihre potenziellen Kunden von einem Nutzen haben. Diese ausbreitensicht relevanten Stärken und Besonderheiten können zusätzlich durch gezielte Online-Kampagnen wie z. B. Google Ads beworben werden.

Schnelle Kontaktaufnahme

Werden Sie zu einer Marke

Zu einem effektiven Online-Marketing können wir dringend einen zusätzlichen Google-My-Business-Eintrag empfehlen. Ein My-Business-Eintrag ist ein kostenloses Profil für Ihr Unternehmen in der Google Maps und vor allem durch eine schnelle Bearbeitung der Anfragen.

Zu einem effektiven Online-Marketing

Letztendlich geht es bei einem erfolgreichen und bezahlbaren Marketing darum, von der Zielgruppe

gleichzeitig als professionelles Unternehmen und klar positiv auf der Website wahrgenommen zu werden. Dieser erwartet kein Interesse von einem mittelständischen Zimmerbetrieb, sondern ein professionelles Marketing wie von einer großen und international bekannten Marke, doch die Endkunden unterscheiden nicht zwischen „klein“ und „groß“ – einer zwischen „professionell“ und „unprofessionell“ und ganz besonders zwischen „normales Portfolio“ und „spezialisiert“.

Wenn man das „normale“ Suchverhalten eines Interessierten zu Grunde legt, muss man feststellen, dass er in der Regel ein klar umrissenes und dringend zu lösendes Problem hat, welches von einem Spezialisten behoben werden soll.

Ob Hausumbau oder Dachaufbau – ein Zimmererbetrieb sollte sich heutzutage als Marke präsentieren.

„Weg von der Masse“ werden Sie ein Spezialist.

Machen Sie sich dieses Verhalten zunutze und präsentieren Sie sich nicht als Zimmerer, sondern als „alles machi“, sondern exakt als Spezialist mit außergewöhnlichen Fähigkeiten. Konzentrieren Sie Ihre Ressourcen auf eine authentische Darstellung Ihrer Stärken und Besonderheiten. Nutzen Sie die modernen Möglichkeiten des Online-Marketings, stellen Sie eine einfache Kontaktaufnahme sicher und sorgen Sie für eine professionelle und schnelle Bearbeitung der immer noch zunehmenden Onlineanfragen. So können Sie sicher sein, dass Sie Ihre Marke im Budget bestmöglich eingesetzt haben.

Unterstützung vom Marketing-verbund

Möchten Sie sich im Marketing-Bereich mehr unterstützen, dann suchen Sie jemanden, der Ihre Positionierung Ihres Unternehmens unterstützt, kann der Anschluss an ein System oder einen Marketingverbund sein. Alles sauber, eine Lösung für den Alltag bei den täglichen Marketingaufgaben und hilft effektiv bei der Positionierung als Experte.

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede

Stefan Menne, Meschede