



Checkliste: Mit Kunden kommunizieren und neue Kunden gewinnen

Was gibt es?	Was nutze ich schon?	Was wäre noch sinnvoll für meinen Betrieb?
<p>Aktualität: Die Website ist die digitale Visitenkarte jedes Betriebs. Regelmäßig aktualisiert, vermittelt sie Kunden einen guten ersten Eindruck.</p>		
<p>Kontakt: Ein übersichtliches Kontaktformular ermöglicht es Interessenten, Ihnen ihre Anliegen direkt zu schildern, und erleichtert es dem Betrieb, die Anfragen zu bearbeiten.</p>		
<p>Praxisbeispiele: Auf der Website Fotos oder Videos von gelungenen Projekten zu zeigen, macht die Leistungen eines Betriebs anschaulich. Praxisbeispiele („Vorher-nachher“) können Kunden motivieren, eigene Bau- oder Ausbauprojekte in Angriff zu nehmen.</p>		
<p>Verständlich: Kunden sind keine Fachleute. Verständliche Beschreibungen der Angebote machen die Vorteile klar, die das betriebliche Leistungsspektrum den Kunden bietet.</p>		
<p>Mitarbeiter: Die Kompetenzen der Mitarbeiter online darzustellen, schafft auf Kundenseite Vertrauen. Auf der anderen Seite kann es die Konkurrenz aufmerksam machen. Hier gilt es, Vorteile und Risiken abzuwägen.</p>		
<p>Auffindbarkeit: Es gibt viele Wege, die Präsenz von Websites im Netz zu stärken. Die Handwerkskammern bieten wertvolle Tipps zum sogenannten Suchmaschinen-Marketing.</p>		
<p>Kalkulation: Ein Online-Konfigurator oder -Kalkulator kann Kunden dabei unterstützen, sich mit Plänen und Vorhaben vertrauter zu machen, bevor sie sich zur weiteren Konkretisierung an den Betrieb wenden.</p>		
<p>Termine: Es ist ein hilfreicher Service, Termine online vereinbaren zu können. Er ist allerdings mit einigem Pflegeaufwand verbunden.</p>		