

gas

5 2007
September/Oktober

Zeitschrift für Energieberatung
und Energieeffizienz

Informations- quellen für Handwerker



Internet
richtig nutzen

Software mieten
über Breitband



Das Internet richtig nutzen

Dr. Thomas Müller

Das Internet ist heute weder aus Sicht der Anbieter noch aus Sicht der Verbraucher wegzudenken. Die schnelle Informationsbeschaffung über das Online-Medium gehört bei jeder Altersgruppe zum Alltagsgebrauch. Dazu gehört auch die Suche nach dem örtlichen Handwerksbetrieb. Erwartet werden aktuelle und verwertbare Informationen. Vielen Handwerksbetrieben fällt es schwer, hier den richtigen Weg zu finden. Einige denken sogar, ganz ohne eine Präsenz im Internet auszukommen. Was früher der Eintrag im bekannten, örtlichen Nachschlagewerk war, ist heute der Eintrag in einer Suchmaschine und eine Internetpräsenz, die den Handwerker für den Kunden attraktiv macht. Der Kunde ist also nur einen Klick entfernt! Zu Beginn gilt es mit dem häufig genannten Vorbehalt aufzuräumen, der viele davor zurückschrecken lässt, eine Homepage ins Netz zu stellen. Es wird befürchtet, dass mit der Präsentation im Internet unzählige Kunden plötzlich Angebote anfordern und Aufträge erteilen, die nicht bearbeitet werden können.

Dabei kann man sich ganz sicher sein, dies passiert nicht! Bei mehreren Millionen Webseiten allein in Deutschland wird die Webseite zu Beginn, wenn überhaupt, nur durch Zufall angewählt. Vergleichbar mit einem neuen Telefonanschluss wird dieser nur angerufen, wenn die Nummer bekanntgemacht wird.

Die eigene Internetadresse

So wie die Telefonnummer zum Telefon gehört, so gehört die Internetadresse zu einer Internetpräsenz. Soll man sich die Internetadresse gut merken können, dann wähle man einen einprägsamen Namen. Weiterhin gehört die Adresse auf alle außenwirksamen Gegenstände, die vom Unternehmen wahrgenommen werden können (Briefpapier, Visitenkarten, Auftragsblocks, Firmenfahrzeuge ...). Mit dieser Adresse wird der Handwerker im Internet gefunden.

Aufbau und Inhalte

Ist die richtige Adresse ausgewählt, so muss man sich Gedanken über den Aufbau und die Inhalte der Homepage machen. Wichtig dabei ist, festzulegen, an wen sich die Internetpräsenz richten soll. Beim Handwerker ist es in den meisten Fällen der Endkunde. Fachkauderwelsch und Insidersprüche haben hier wenig zu suchen. Wichtig ist:

- Wo, wann und wie kann man erreicht werden?
- In welchen Bereichen ist man aktiv?
- Aktuelle Nachrichten und Informationen

Da nicht alle Informationen auf der Startseite Platz haben, benötigt

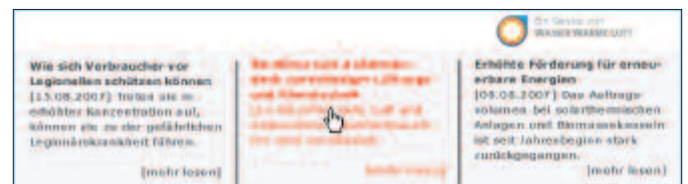
man eine Struktur, um die Startseite mit den Unterseiten zu verbinden. Dies geschieht mit Hilfe festgelegter Navigations- oder Menüpunkte, die einzelne Unterseiten erreichbar machen. Diese Menüpunkte müssen kurz und prägnant sein. Sie müssen den Nutzer ansprechen und anregen die dahinter stehenden Inhalte zu erkunden. Die Internetpräsenz sollte eine mit Persönlichkeit und Profil geprägte Präsentation im anonym erscheinenden Netz sein.

Das Internet ist kein Papierprospekt

Im Gegensatz zum statisch gedruckten Unternehmensprospekt erwartet man von der Internetpräsenz Aktualität und Veränderung. War der Besucher zum dritten Mal auf einer Homepage und nichts hat sich verändert, so wird er bestimmt nicht ein viertes Mal wiederkehren um zu erfahren, ob sich „etwas getan hat“. Es sollte nicht der Fehler gemacht werden, sich nach der Erstellung der Homepage gemütlich zurück zu lehnen und diese erst einmal Monate oder gar Jahre ruhen zu lassen. Der erste Eindruck ist entscheidend und wenn die Einträge auf der Homepage veraltet sind, so zieht der Nutzer schnell falsche Schlüsse auf die Aktualität und Flexibilität des Betriebs.

Kooperation und Inhalte

Welche Möglichkeiten gibt es, eine Homepage aktuell zu halten? Einmal natürlich durch die eigene redaktionelle Arbeit. Es gibt etwas Neues zu berichten, dann sollte es ins Internet gestellt werden. Leider wird dies oft vergessen oder verdrängt. Einfacher ist es, Inhalte automatisiert zu übernehmen und zu veröffentlichen. Dies geschieht durch Kooperation mit anderen Organisationen oder Unternehmen. Das Portal wasserwaermeluft.de stellt seinen Handwerkern diesen Service zur Verfügung. Durch die Einbindung eines kleinen „Programmcodeschnipsels“ in die Homepage werden dem Besucher stets aktuelle Endkundeninformationen präsentiert.



Einfügbares Inhaltselement aus wasserwaermeluft.de

Newsletter und Kundenbindung

Verfügt der Handwerker durch die Kommunikation per E-Mail über zahlreiche Mailadressen, so sollten die Kunden angeregt werden, sich für seinen Newsletter zu registrieren. Im Gegensatz zu seiner Homepage, die die Kunden aktiv anwählen müssen, kommt der Newsletter direkt in den heimischen Mailbriefkasten. Von dort

verweist man dann auf Inhalte der eigenen Homepage und schon hat man einen Besucher gewonnen. Inhalte für den Newsletter können entweder selbst erstellt werden oder auch über einen Service z.B. von wasserwaermluft bezogen werden. Anlässe und Vorlagen (z.B. Frostbrief) gibt es genug. So ruft sich der Handwerker auf zurückhaltende Art wieder in das Gedächtnis des Kunden.

Suchmaschinen und Verzeichnisse

Ebenso wichtig wie die Erstellung der Homepage ist ihre Bekanntheit. Dazu kann die Homepage in Suchmaschinen und Verzeichnissen eingetragen werden. Dabei wird nicht nur die erste Seite dargestellt sondern die Inhalte aller Seiten werden durchsucht und indiziert. Dies geschieht in der Regel automatisch und wird von speziellen Dienstleistern sicher gestellt. Wichtig ist dabei, dass die Internetseiten so programmiert werden, dass die Roboter der Suchmaschinen diese einwandfrei erfassen können.

Viele Organisationen aus der SHK-Branche geben zudem die Möglichkeit, sich in deren Suchverzeichnisse einzutragen. Diese Kampagnen ziehen meist sehr zielgruppengenau Besucher an. Finden die Besucher dort Ihre Adresse, so ist der Weg zu Ihrer Homepage nicht mehr weit. Die Homepage www.moderne-heizung.de oder wasserwaermluft.de bietet solch einen Service an. Dort trägt sich der Handwerker ein und er wird dann dem Endkunden bei einer Suche in seinem Umkreis angezeigt. Wichtig hierbei ist natürlich, dass neben den allgemeinen Adressdaten auch die Homepage und E-Mail-Adresse angegeben sind. Da der Besucher ohnehin im Internet ist, kann er sich mit einem Klick die verlinkte Homepage ansehen und direkt mit dem Betrieb Kontakt aufnehmen.

Kontaktmöglichkeiten bieten

Der Erfolg einer Internetseite liegt nicht nur darin, dass sie vom Besucher angesehen wird, sondern dass er Kontakt mit dem gefundenen Betrieb aufnehmen kann. Es ist also Sorge dafür zu tragen, dass dies auf vielfache Art und Weise möglich ist. Neben der E-Mail-Adresse, Telefon und Faxnummer gehört ein Kontaktformular zur Standardausstattung. Call-Back-Formular und prominent platzierte Notrufnummern signalisieren dem Besucher: „Wir sind für Sie da.“



Webseite mit Call Back Service.

Professionelles Auftreten auch im Internet

Die Zeit der selbstgebastelten Auftritte aus den Pionierzeiten des Internet ist vorbei. Nicht nur das „ob“ sondern auch das „wie“ ist entscheidend. Sorgfältig ausgewähltes Bildmaterial, einheitliches Erscheinungsbild und fehlerfreies Textmaterial sind die Visitenkarte eines Unternehmens, genau so, wie Wert auf professionelle Arbeit und ein sauberes Erscheinungsbild des Betriebs gelegt wird. Vermieden werden sollten dabei unbedingt Copyrightverletzungen bei Bild und Text. Diese können, wie z.B. eine lieblos eingescannte Anfahrtskarte, sehr teuer werden. Hier sollte man den Service Ihrer Organisation, die Ihnen Bildmaterial zur Verfügung stellt, in Anspruch nehmen.



Fotoarchiv ieu.de

Interessante Elemente

Neben den Standardelementen für eine Homepage sollte man versuchen, den Besucher mit einfallreichen Funktionen aus dem Alltag zu unterstützen. Eine „FAQ-Liste“, die häufig gestellte Fragen zur Heizungsnutzung oder Auswahl beantwortet oder einen Notrufservice, der den Handwerker nach Eingabe einer Nachricht per SMS verständigt. Beliebt, aber nur sinnvoll wenn man auch Zeit in die redaktionelle Betreuung investiert, sind Foren oder Blogs, auf denen sich die Besucher der Webseite austauschen können. Das Gleiche gilt für Gästebücher. Sie sind nur so lange interessant, wie die Inhalte darin kontrolliert werden.

Erfolg fürs Handwerk

Mit Hilfe der Zugriffszahlen auf die Firmenhomepage und den daraus resultierenden Kontaktforderungen kann der Erfolg der Webseite gemessen werden. Gut erstellte und bekannt gemachte Homepages erreichen schnell mehrere hundert Zugriffe pro Monat. Man stelle sich vor, hunderte neue Besucher die sich die Werkstatt oder das Ladengeschäft ansehen und an den Leistungen des Betriebs interessiert sind. Es lohnt sich also, sich dieses Themas anzunehmen! ●

Dr. Thomas Müller
Coeln Concept GmbH
tmu@coelnconcept.de oder www.coelnconcept.de