HANDWERK WEBSITE – 10 PROFI-TIPPS FÜR EINEN ERFOLGREICHEN WEBAUFTRITT

Veröffentlicht am 1. Februar 2018 von Carsten

Gute Handwerker Webiste: Glücklicher Handwerker

Du willst mit Deinem **Handwerk Betrieb** mehr Kunden im Netz erreichen? Mit unseren **10 Expertentipps** sorgst Du dafür, dass die **Handwerk Website** Deines Unternehmens bei **Google** gefunden wird und Du potenzielle Kunden überzeugst.

Die meisten Handwerk Betriebe sind inzwischen mit ihrer eigenen **Website** im Internet vertreten. Damit die Kunden online den Weg zu Deinem Unternehmen finden, ist es wichtig, dass Deine Website in den **Suchergebnissen** weit oben bei Google auftaucht. Wenn Du unsere 10 Tipps für das **Marketing und die Gestaltung** Deiner **Handwerk Website** beherzigst, finden in Zukunft mehr neue Kunden den Weg zu Dir.

CONTENT NAVI

- Tipp 1: Klarer Name der Website
- Tipp 2: Kundenfreundliches Design
- Tipp 3: Einfache Kontaktaufnahme
- Tipp 4: Stell Deine Besonderheiten heraus
- Tipp 5: Zeig Deine Referenzen

- Tipp 6: Stell Dein Team vor
- Tipp 7: Erzähl Deine Firmengeschichte
- Tipp 8: Kundenfeedback bringt Transparenz
- Tipp 9: Responsives Design
- Tipp 10: Zeige Deinen Betrieb bei Google Maps
- Unsere Tipps noch einmal zusammengefasst

TIPP 1: KLARER NAME DER WEBSITE

Der erste Schritt, damit Dein Betrieb im **Internet** von Kunden gefunden wird, ist eine aussagekräftige Domain für Deine Website. Die Domain ist die Adresse der Seite, sie ist eindeutig und sollte zu Deinem Unternehmen passen. Darin enthalten sollten die Handwerk Branche, der Name vom Unternehmen und Dein Standort sein. Ist Dein Unternehmen beispielsweise ein Betrieb für Trockenbau, könnte eine passende Adresse für die Website www.trockenbau-mustermann-duesseldorf.de sein. Die Bots von Google lesen zuerst deine Adresse aus. Durch diese Adresse wissen sie bereits, dass Dein Unternehmen in der Region Düsseldorf ansässig ist, sich mit Trockenbau beschäftigt und wie es heißt. Sucht jemand in Düsseldorf und Umgebung jetzt Trockenbau, passt deine Domain Schonmal zu seiner Anfrage.

TIPP 2: KUNDENFREUNDLICHES DESIGN

Kundenfreundliches Design teilt sich in zwei Bereiche auf: das **Screen-** und das **Contentdesign**. Das Screendesign bestimmt das Aussehen der Website und sollte zum Unternehmen passen. Der Screendesigner legt im ersten **Layout** zum Beispiel die Farben und Schriften der Website fest. Wenn ein Unternehmen immer mit bestimmten Firmenfarben und Logos arbeitet, sollten sich diese auch auf der Website wiederfinden. Das gleiche gilt für besondere Schriften. Viele Unternehmen nutzen für ihre Texte vom Briefpapier bis hin zum Werbeplakat einen durchgehenden Schrifttyp. Daher sollte dieser auch im Netz für einen Wiedererkennungswert sorgen. Jedoch ist nicht jede Schrift für die Darstellung und Lesbarkeit am Bildschirm geeignet. Professionelle Screendesigner wissen natürlich, was online funktioniert und wovon man eher Abstand nehmen sollte. Darüber hinaus werden Header und die Art der Menüführung im Screendesign festgelegt. Alles zusammen muss so angelegt sein, dass der Nutzer sich gerne auf der Seite aufhält und sich gut zurecht findet. Das **Gesamtdesign** sollte so gestaltet sein, dass es zur Branche passt, sich aber trotzdem gut von Konkurrenzseiten unterscheidet

Das Contentdesign beschäftigt sich mit dem Inhalt.
Kunden möchten **online** schnell und klar informiert werden, wenn sie Deine Website besuchen. Sie sollten im Internet nicht durch störende Phrasen oder gut gemeinte „Willkommensgrüße“ abgelenkt werden. Je schneller sie die wichtigen **Informationen** auf der Website Deines Betriebes finden, desto eher bleiben die Kunden auf Deiner Website hängen. Für einen Kunden sind dabei wichtig, welche Dienste der Handwerker anbietet, in welcher Region oder Stadt er tätig ist, wie viel er kostet und wie der Kunde den Handwerker **kontaktieren** kann. Auch beim Aufbau einer Website im

Internet gilt natürlich: Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte. Professionelle **Referenzfotos** auf der Startseite fangen den Blick des Kunden ein, erregen Aufmerksamkeit und heben Dein Unternehmen von der Konkurrenz ab.

Durch die großen Fotos wird das Interesse des Kunden geweckt und die Leistungen des Handwerk Betriebes präsentiert. Dank der klaren und logischen Webseitennavigation findet sich der Besucher schnell auf der Website zurecht.

TIPP 3: EINFACHE KONTAKTAUFNAHME

Haben die Informationen des Handwerkers den Kunden **online** überzeugt, möchte er schnell einen Termin vereinbaren oder noch offene Fragen zu seinem Auftrag klären. Das geht am besten über einen direkten **Kontakt**. Daher muss schon auf der Startseite eine Möglichkeit zur Kontaktaufnahme gegeben sein. Dies kann über eine Telefonnummer oder eine E Mail Adresse erfolgen. Lange Kontaktformulare mit vielen Feldern lenken dabei eher ab. Für die persönliche Kontaktaufnahme und die Transparenz darf eine Anfahrtsbeschreibung nicht fehlen.

Eine beliebte Möglichkeit, um Besucher zur Kontaktaufnahme anzuregen, ist ein **Call to Action Button**. Inzwischen hat fast jede Website so einen. Er zieht die Aufmerksamkeit der Nutzer auf sich und animiert zum Klick. Dabei besteht der Button nicht nur aus der eigentlichen Schaltfläche, sondern hat beistehende Elemente, die den Nutzer zum Button leiten. So kann oberhalb des Buttons mit der Aufschrift „Jetzt kontaktieren!“ der Hinweis „Holen Sie sich unverbindlich ein kostenloses Angebot ein!“ stehen. Das nimmt dem Nutzer die Angst, dass er mit einem Klick auf den Button

irgendeinen Vertrag eingeht, den er nicht rückgängig machen kann. Unter dem Button kann noch ein weiterer Text stehen, der dem Nutzer Sicherheit vermittelt. Etwa: „Wir behandeln Ihre Daten vertraulich und geben sie nicht an dritte weiter." Dem Button können noch weitere Elemente beigestellt werden, die den Nutzer zum Klick bewegen können. Zum Beispiel positive Kundenmeinungen, Sterne-Bewertungen oder Siegel und Logos von Organisationen für Qualitätssicherung, wie Trusted Shops.

TIPP 4: STELL DEINE BESONDERHEITEN HERAUS

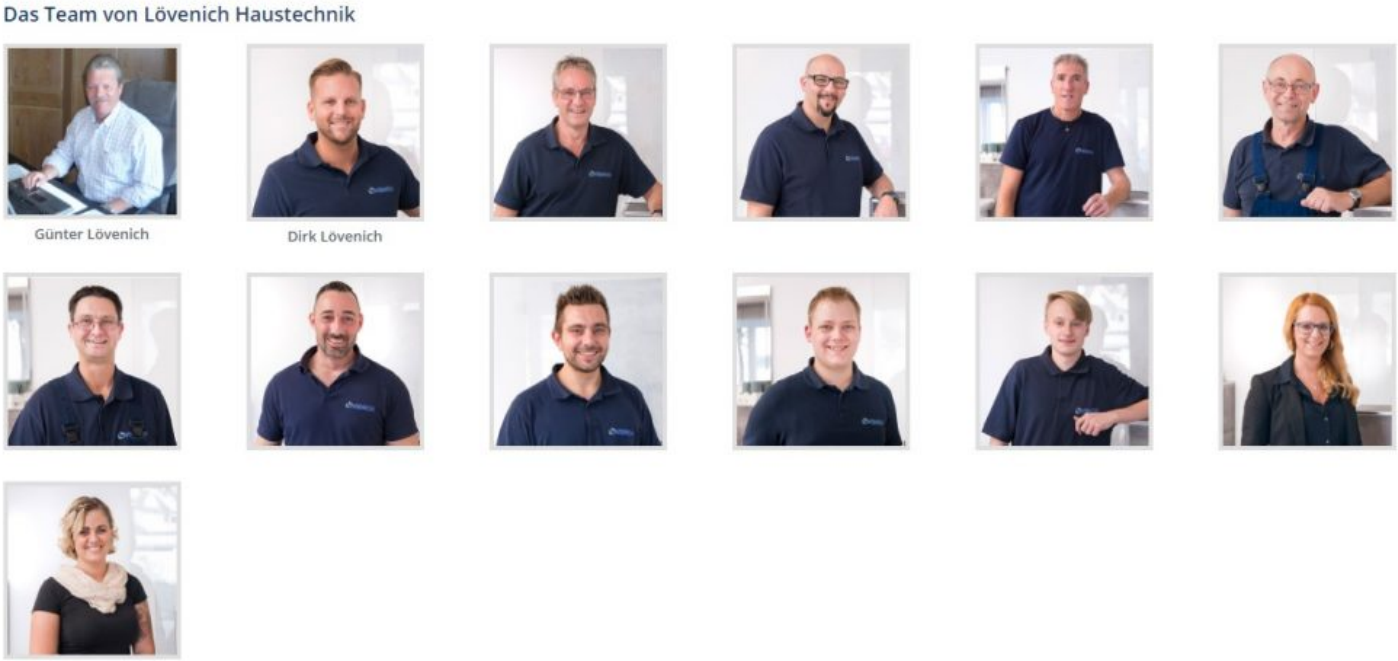
Wenn Dein **Unternehmen** Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale gegenüber der Konkurrenz besitzt, dann stell diese auf der Startseite dar. Das können zum Beispiel besondere Dienstleistungen, Arbeitstechniken oder auch ein 24-Stunden-Notruf sein.

TIPP 5: ZEIG DEINE REFERENZEN

Egal welches **Handwerk**, es ist für Dein Marketing immer wichtig, Fotos von Referenzprojekten auf der Website zu haben. Der Kunde sieht so schnell, ob der Handwerker für sein Projekt geeignet ist. Die Referenzen sollten dabei die komplette Bandbreite des Unternehmens abbilden. Für den Kunden muss dabei ersichtlich sein, ob Dein Betrieb kleinere Aufträge übernimmt, nur im Industriemaßstab arbeitet oder für Aufträge jeder Größe der richtige Ansprechpartner ist.

TIPP 6: STELL DEIN TEAM VOR

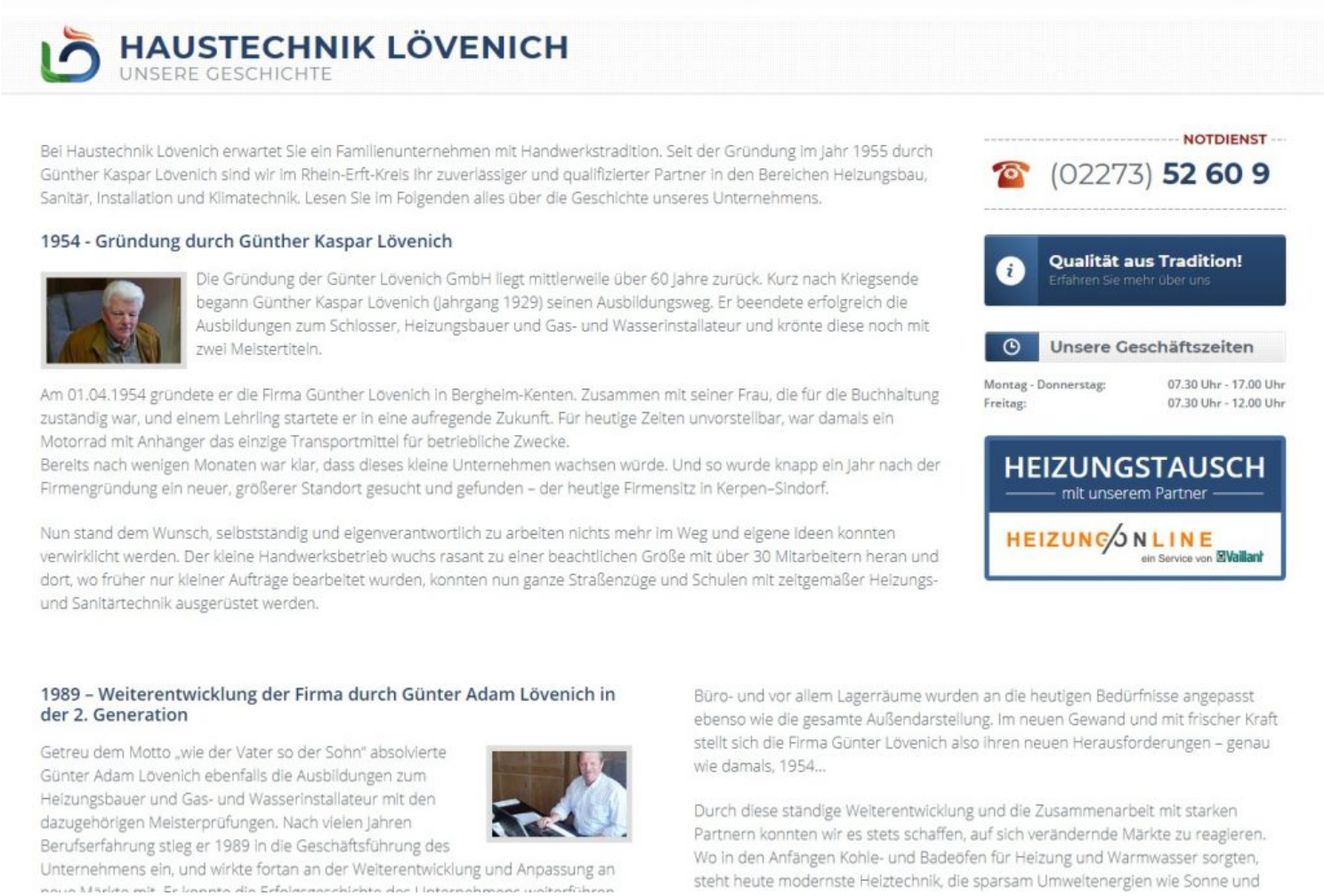
Handwerker arbeiten oft im privaten Umfeld ihrer Kunden. Stellst Du Dich und das **Team** Deines Betriebes auf der **Website** sympathisch vor, steigt die Bereitschaft, Deine **Mitarbeiter** in die Wohnung oder das Unternehmen zu lassen. Jeder Mitarbeiter sollte daher mindestens mit einem professionellen Foto vorgestellt werden. Der Kunde hat somit im Internet direkt ein Bild vom Handwerker vor Augen.



Durch die Vorstellung des Teams mit Fotos hat der Kunde direkt ein Bild der Handwerker vor Augen. Dies schafft Transparenz und erhöht die Sympathie gegenüber dem Unternehmen.

TIPP 7: ERZÄHL DEINE FIRMENGESCHICHTE

Dein **Betrieb** hat eine lange Tradition, das Unternehmen wird bereits in der dritten Generation betrieben? Dann sollte ein kurzer Überblick über die Firmengeschichte auf die Website. Ein gut geschriebener Text sorgt dafür, dass der Kunde eine Bindung zu Deinem Unternehmen aufbaut. Darüber hinaus bleibt er länger auf der **Website**, das verbessert die Platzierung bei **Google**.



HAUSTECHNIK LÖVENICH
UNSERE GESCHICHTE

Bei Haustechnik Lövenich erwartet Sie ein Familienunternehmen mit Handwerkstradition. Seit der Gründung im Jahr 1955 durch Günther Kaspar Lövenich sind wir im Rhein-Erft-Kreis Ihr zuverlässiger und qualifizierter Partner in den Bereichen Heizungsbau, Sanitär, Installation und Klimatechnik. Lesen Sie im Folgenden alles über die Geschichte unseres Unternehmens.

1954 - Gründung durch Günther Kaspar Lövenich

Die Gründung der Günter Lövenich GmbH liegt mittlerweile über 60 Jahre zurück. Kurz nach Kriegsende begann Günther Kaspar Lövenich (Jahrgang 1929) seinen Ausbildungsweg. Er beendete erfolgreich die Ausbildungen zum Schlosser, Heizungsbauer und Gas- und Wasserinstallateur und krönte diese noch mit zwei Meistertiteln.

Am 01.04.1954 gründete er die Firma Günther Lövenich in Bergheim-Kenten. Zusammen mit seiner Frau, die für die Buchhaltung zuständig war, und einem Lehrling startete er in eine aufregende Zukunft. Für heutige Zeiten unvorstellbar, war damals ein Motorrad mit Anhänger das einzige Transportmittel für betriebliche Zwecke.
Bereits nach wenigen Monaten war klar, dass dieses kleine Unternehmen wachsen würde. Und so wurde knapp ein Jahr nach der Firmengründung ein neuer, größerer Standort gesucht und gefunden – der heutige Firmensitz in Kerpen-Sindorf.

Nun stand dem Wunsch, selbstständig und eigenverantwortlich zu arbeiten nichts mehr im Weg und eigene Ideen konnten verwirklicht werden. Der kleine Handwerksbetrieb wuchs rasant zu einer beachtlichen Größe mit über 30 Mitarbeitern heran und dort, wo früher nur kleiner Aufträge bearbeitet wurden, konnten nun ganze Straßenzüge und Schulen mit zeitgemäßer Heizungs- und Sanitärtechnik ausgerüstet werden.

NOTDIENST
(02273) 52 60 9

Qualität aus Tradition!
Erfahren Sie mehr über uns

Unsere Geschäftszeiten

Montag - Donnerstag:	07.30 Uhr - 17.00 Uhr
Freitag:	07.30 Uhr - 12.00 Uhr

HEIZUNGSTAUSCH
mit unserem Partner
HEIZUNGONLINE
ein Service von Vaillant

1989 – Weiterentwicklung der Firma durch Günter Adam Lövenich in der 2. Generation

Getreu dem Motto „wie der Vater so der Sohn" absolvierte Günter Adam Lövenich ebenfalls die Ausbildungen zum Heizungsbauer und Gas- und Wasserinstallateur mit den dazugehörigen Meisterprüfungen. Nach vielen Jahren Berufserfahrung stieg er 1989 in die Geschäftsführung des Unternehmens ein, und wirkte fortan an der Weiterentwicklung und Anpassung an

Büro- und vor allem Lagerräume wurden an die heutigen Bedürfnisse angepasst ebenso wie die gesamte Außendarstellung. Im neuen Gewand und mit frischer Kraft stellt sich die Firma Günter Lövenich also ihren neuen Herausforderungen – genau wie damals, 1954...

Durch diese ständige Weiterentwicklung und die Zusammenarbeit mit starken Partnern konnten wir es stets schaffen, auf sich verändernde Märkte zu reagieren. Wo in den Anfängen Kohle- und Badeöfen für Heizung und Warmwasser sorgten, steht heute modernste Heiztechnik, die sparsam Umweltenergien wie Sonne und

Eine gut geschriebene Firmengeschichte baut Vertrauen auf und erhöht die Verweildauer auf der Website. Dadurch erscheint sie höher in den Google-Suchergebnissen.

TIPP 8: KUNDENFEEDBACK BRINGT TRANSPARENZ

Wenn Deine Kunden mit Deinem Handwerk zufrieden sind, sollte das auch der Besucher Deiner Website sehen. Zu Deinen **Referenzen** solltest Du positive Statements der Auftraggeber hinzufügen. Das stärkt die positive Wahrnehmung Deines Unternehmens nach außen. Auch das Einbinden von Google Rezensionen ist möglich. Das birgt natürlich das Risiko, dass auch einmal eine schlechte Bewertung zustande kommt. Das ist kein Grund zur Panik, so lange die negativen Bewertungen nicht die Oberhand gewinnen. Wichtig ist dabei, dass der Seitenbetreiber auf die negativen Bewertungen reagiert und sachlich darauf antwortet. Meist entstehen solche Dinge aus Missverständnissen und können schnell geklärt werden. Andere Nutzer sehen dann direkt, dass sich der Betreiber der Kritik annimmt.

TIPP 9: RESPONSIVES DESIGN

Immer mehr Suchanfragen kommen von **Smartphones**. Die meisten Leute sind heute **mobil online**. Sie browsen mit dem Smartphone oder Tablet auf dem Weg zur Arbeit oder zu Hause vom Sofa aus im Internet. Das Design Deiner Website sollte also auch auf die mobile Nutzung ausgelegt sein. So finden **Kunden** Dein Unternehmen auch schnell von unterwegs aus, und Du hast einen Vorsprung vor Deiner Konkurrenz. Für Nutzer ist es sehr frustrierend, wenn Sie eine Website besuchen, die auf dem Smartphone oder Tablet nicht richtig dargestellt wird. Das hat auch Google erkannt. Inzwischen kommen mehr Suchanfragen von mobilen Geräten als von Desktop PCs. Daher hat Google den **Mobile First Index** ins Leben gerufen, der 2018 umgesetzt werden soll. Das bedeutet, dass Websites, die nicht für die mobile Nutzung optimiert sind, von Google abgewertet werden und somit im Ranking fallen. Zur Optimierung für mobile Geräte zählt beispielsweise, dass das Datenvolumen verringert werden muss, um die Ladezeiten zu verringern. Die Responsivierung einer Website ist noch einmal eine vollständig neue Programmierung, die sich aber lohnt. Die SEO-Experten der Media Company beraten Dich gerne.

Wird die Website auch auf mobilen Endgeräten gut dargestellt erhöht dies die Anzahl der Suchanfragen. Das sollte sich kein Unternehmer entgehen lassen.

TIPP 10: ZEIGE DEINEN BETRIEB IN GOOGLE MAPS

Auftraggeber suchen oft ihren **Handwerker** in der näheren Umgebung. Erstelle für Dein Unternehmen einen **My Business Account** bei Google. So finden Dich Kunden schnell über Google Maps, sehen dort direkt Deine Kontaktmöglichkeiten und können Feedback hinterlassen. Wenn Du auf Kritik reagierst, erhöhst Du zudem Deine Transparenz und schaffst Vertrauen bei den Kunden. Durch den Account wirst Du bei lokalen Ergebnissen bevorzugt angezeigt. Du kannst auch in einem **Snippet** neben den Suchergebnissen hervorgehoben werden. Dort kannst Du die wichtigsten Infos zu Deinem Unternehmen einfügen. Dazu zählen Adresse, Kontaktmöglichkeiten, Öffnungszeiten und Bewertungen. Du hast zudem die Möglichkeit, einen 360˚ Rundgang durch dein Unternehmen anzulegen, um Dich für Kunden interessanter zu machen.

UNSERE TIPPS NOCH EINMAL ZUSAMMENGEFASST

Eine gut gemachte **Website** wird besser bei Google gefunden und gewinnt mehr Kunden. Das Design sollte dabei klar und ansprechend sein. Der Kunde muss sich auf der Website schnell zurechtfinden können und direkt Antworten auf seine dringendsten Fragen erhalten. Gut sichtbare **Kontaktdaten** ermöglichen ihm, den **Handwerker** schnell für eine Auftragsvergabe zu erreichen. Referenzen und Fotos zeigen das Können des **Betriebs** und sollten für den Besucher der Website auf den ersten Blick zu sehen sein. Die Besonderheiten, die die Leistungen des Betriebs von seiner Konkurrenz abheben, sollten direkt erkennbar sein. Bilder des Handwerker Teams und die Unternehmensgeschichte machen den Betrieb sympathisch und der Kunde baut eine Bindung auf. Kundenfeedback auf der Website und bei Google Maps erhöht die Transparenz des Handwerkers und schafft Vertrauen. Mit einem responsiven Design der Website kannst Du noch mehr **Kunden** auf Deine Website lenken, da sich die Zahl der mobilen Suchanfragen stetig erhöht.

MEHR MARKETING IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN

Über unsere 10 Tipps hinaus helfen auch die **Sozialen Netzwerke** dabei, neue Kunden zu gewinnen. Über Facebook, Twitter und Instagram kannst Du Einblicke in den **Unternehmensalltag** geben, direkt mit Deinen Kunden kommunizieren und Anfragen beantworten. Fotos von aktuellen Projekten stärken das Unternehmensbild und dienen als zusätzliche Referenzen. Durch die Möglichkeit, Posts in den Sozialen Medien zu teilen, erhöht sich die **Reichweite** Deiner Seite und das macht es für Kunden leichter, Dein Unternehmen weiter zu empfehlen. Dabei ist es wichtig, dass die Social Media Kanäle regelmäßig mit Inhalt gefüttert werden. Neben Themen aus dem Handwerk Alltag oder Informationen über Sonderaktionen lassen sich auch interne Events, beispielsweise Firmenfeste, als Themen nutzen, um das **Unternehmen** positiv darzustellen. Eine Seite in den Sozialen Netzwerken muss für Auftraggeber auf den ersten Blick die wichtigsten Informationen bereithalten. Dazu zählen: Branche, Standort, Kontaktmöglichkeit und ein Link zur Website des Unternehmens. Die optische Gestaltung muss dabei so sein, dass das Unternehmen immer wieder erkannt wird, egal ob sich der Kunde auf der Website oder einer Social Media Seite Deines Betriebes befindet.

Eine Website zu optimieren braucht allerdings etwas Zeit. Wenn Du dafür Unterstützung suchst, steht Dir das Team der Media Company gerne zur Seite. Durch zahlreiche bereits erfolgreich realisierte Projekte kennt sich sich unsere Experten im Handwerk aus, und freuen sich, Unternehmer bei dem Aufbau oder der Weiterentwicklung einer **erfolgreichen Webpräsenz** und den passenden **Online Marketing Maßnahmen** nach vorne zu bringen. Jetzt Kontakt aufnehmen und erfolgreich Geschäfte generieren!