

45. Wie gewinne ich Kunden über das Internet?

Kundengewinnung über das Internet ist heute ganz selbstverständlich und auch für kleine Unternehmen leicht und mit geringem finanziellem Aufwand umzusetzen. Lesen Sie nun, wie Sie mit einer funktionalen und ansprechenden Website im Internet Besucher anziehen und Kundenbeziehungen aufbauen.

Ihre
Website

Nützliche Online-Informationen

Internetnutzer suchen häufig Informationen, die im Zusammenhang mit Produkten und Dienstleistungen zu einem bestimmten Thema stehen, zum Beispiel zu Krankheiten, Lohnsteuerfragen oder Autokauf. Wenn Ihre Website bei entsprechenden Stichworten ganz oben in der Ergebnisliste erscheint, erhalten Sie automatisch viele Besucher, die echtes Interesse haben. Durch Suchmaschinenoptimierung können Sie Ihre Position in der Suchergebnisliste verbessern. Oder Sie schalten Textanzeigen, die direkt neben der Suchergebnisliste erscheinen.

Nutzen
stiften

Eine der nachhaltigsten und preisgünstigsten Strategien ist es, hilfreiche und gehaltvolle Beiträge zu schreiben, also Informationen zu häufig gesuchten (und in Bezug auf Ihr Angebot relevanten) Begriffen kostenlos ins Netz zu stellen. Mit etwas Fantasie lassen sich zu jedem Beruf, zu jeder Branche und zu jeder Tätigkeit Fachartikel, Checklisten, Linksammlungen, Tipps und Anleitungen sowie interaktive Tests anbieten. Seien Sie ruhig großzügig mit Ihrem Know-how, das zahlt sich im Internet schnell aus. Schenken Sie den Besuchern etwas, das Nutzen stiftet. Manche werden wiederkommen, vor allem, wenn Sie regelmäßig

neue Inhalte bieten. Und sie werden Sie weiterempfehlen. Einmal erstellt, wirbt Ihre Website dauerhaft für Sie. Der Weg zu einem Auftrag ist dann nicht mehr weit.

Newsletter zur Kontaktpflege

Überlegen Sie, ob Sie Zeit investieren können und wollen, um regelmäßig einen Newsletter zu verfassen. Newsletter sind zwar mit viel Arbeit verbunden, haben sich aber als Instrument bei der Kontaktpflege sehr bewährt. Mit den Inhalten sollten Sie Ihren Lesern möglichst viel Nutzwert liefern. Neben Problemlösungen, Musterbeispielen, neuen Produkten und Angeboten machen sich Themen aus Ihrem Arbeitsumfeld gut. Beispiel: Wenn Sie Computerkurse für Firmenkunden anbieten, können Sie nützliche Tipps zu Programmen geben oder auf neue Softwaretools und Updates hinweisen. Mit interessanten Neuigkeiten binden Sie den Abonnenten möglichst dauerhaft, sodass er als Erstes an Sie denkt, wenn er selbst oder ein Bekannter einen Dienstleister oder Lieferanten mit einem Angebot wie dem Ihren sucht. Wenn Sie sich das Ziel setzen, dass möglichst viele Besucher Ihrer Website den Newsletter abonnieren, müssen Sie auf Ihrer Website prominent auf ihm aufmerksam machen.

Kontaktpflege

Adressen-
pool

Wie aber kommen Sie an die E-Mail-Adressen, an die Sie Ihren Newsletter versenden? Die Interessenten müssen ihn in jedem Fall selbst und freiwillig abonnieren, Sie dürfen Ihren Newsletter nicht einfach ins Blaue hinein an alle möglichen Empfänger verschicken. Nachdem der Kunde sich registriert hat, muss es für ihn am Ende des Newsletters und auf Ihrer Website eine einfache Möglichkeit geben, das Abonnement jederzeit wieder abzubestellen. Webbastrite E-Mail-Marketing-Dienste wie CleverReach und MailChimp verlangen dies ohnehin. Ihre Nutzung ist zudem für bis zu 1.500 oder 2.000 Nutzer kostenlos.