

Tipps zur Online-Strategie

Der Erfolg von Umzugsportalen deutet darauf hin, dass insbesondere Privatkunden in Zukunft noch stärker als bisher über das Medium Internet zum Möbelspediteur finden werden.



Fotolia/Senoldo

Websites müssen es dem Kunden leicht machen, Kontakt mit dem Unternehmen aufzunehmen – und sie müssen schnell gefunden werden

Die klassischen Vertriebsformen werden dagegen weiter in den Hintergrund treten. Sich mit der Frage und Suche nach Strategien zu befassen, auf welche Art und Weise Kunden am besten über das Internet gewonnen werden können, ist deswegen eine Pflichtaufgabe für jedes Unternehmen.

KUNDENORIENTIERUNG DER WEBSITE

Experten wie Mathias Heese, Berater für Sales, Marketing und Digital Business, aus Berlin weisen darauf hin, dass der Kunde und dessen Wünsche im Mittel-

punkt der Überlegungen stehen müssen: „Möbelspediteure müssen die Inhalte ihrer Website besonders nach dem Interesse der Kunden ausrichten und es dem potenziellen Kunden so einfach und unkompliziert wie möglich machen, Kontakt mit dem Unternehmen aufzunehmen“. Immer wichtiger werde es auch, den Online-Auftritt auf die mobilen digitalen Endgeräte Smartphone, Tablet und Laptop auszurichten: „Viele Unternehmen haben heute jedoch immer noch zum Beispiel keine mobile optimierten Websites, dies wäre eine Minimalanfor-

derung, um den mobilen Kunden weiter erreichen und binden zu können“.

SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG UND KUNDENBEWERTUNGEN

Doch jede noch so benutzerfreundliche Website ist nutzlos, wenn sie nicht gefunden wird, deshalb sollte auch die Suchmaschinenoptimierung (SEO) hohe Priorität einnehmen, wie die im Beitrag zu den Umzugs- und Vermarktungsportalen in diesem Heft erwähnten Klickraten auf Google-Suchergebnisse eindrucksvoll unterstreichen.

Es kann außerdem gar nicht stark genug betont werden, wie bedeutsam es ist, dass die eigenen Dienstleistungen im Netz positiv bewertet werden. Denn kaum etwas gibt dem Kunden mehr Sicherheit als zufriedene Stimmen und sehr gute Bewertungen von Kunden, die die Dienste eines Umzugsunternehmens schon in Anspruch genommen haben. Dies gilt für Umzugsunternehmen offline schon immer und es ist gerade online vielleicht noch wichtiger. Jedes Unternehmen sollte deshalb die einschlägigen Bewertungsportale kennen und wissen, wie es dort bewertet wird. Zu empfehlen ist es, die Kunden darauf aufmerksam zu machen und sie zu bitten, ihre Bewertung abzugeben.

AFTER SALES BETREUUNG

Im Rahmen einer „after sales“ Betreuung bietet es sich an, noch einmal den telefonischen Kontakt zum Kunden zu suchen, ihn über seine Erfahrung zum Umzug zu befragen und ihn bei dieser Gelegenheit auch um eine Bewertung, zum Beispiel

Der Online-Vertrieb unterliegt anderen Regeln als die klassische Akquise

auf einem Portal, zu bitten. Kritik vom Kunden können Sie verwerten, um betriebliche Abläufe zu verbessern. Da Bewertungen kostenlos und gleichzeitig eine der wirksamsten Marketingmaßnahmen sind, wird hier viel Schindluder getrieben. Seriöse Portale versuchen, dies zu unterbinden. Sie fordern zum Beispiel eine Kopie der Rechnung für den Umzug, bevor ein Nutzer ein Unternehmen bewerten kann.

PRÜFEN, MIT WELCHEN KUNDEN GELD VERDIENT WIRD

Auch organisatorisch stellt der Online-Vertrieb eine völlig neue Vertriebsform dar, die anderen Regeln als die klassische Akquise unterliegt. Sie erfordert die Defi-

inition klarer, messbarer Ziele und ein separates Controlling, ein eigenes Budget für Adressenkauf und Provisionen sowie online-affines Personal. Abschließend kommt Berater und Trainer Frank Lierz aus Marxzell zum Thema Auftragsakquise zu Wort: „Aus meiner eigenen Erfahrung kann ich sagen, dass es sinnvoll ist, erst einmal zu prüfen, mit welchen Kunden beziehungsweise Aufträgen ich überhaupt wie viel Geld verdiene. Leider ist es häufig so, dass die Aufträge, die zum Beispiel über Portale oder andere anonyme Kanäle ins Haus kommen, oftmals nicht zu denen gehören, mit denen man viel Geld verdient. Nach der Analyse sollte dann eine gezielte Verkaufsstrategie ermittelt werden. Wie und wo finde ich mehr solcher Kunden, mit denen schon heute gutes Geld verdient wird? Allerdings sollte man einen langen Atem haben, denn Neukundengewinnung erfordert Ausdauer und Geduld. Wenn man die mitbringt, wird man aber dafür oftmals belohnt.“ *dü*

Für Fahrer. Für Unternehmer.

Für unterwegs.

JETZT BESTELLEN!
SERVICE-TEL.:
089-203043 - 1600



Berufskraftfahrer unterwegs 2016
Taschenbuch, 10,2 x 18,3 cm
240 Seiten
Bestell-Nr. 26032
9,50 € (10,16 € inkl. MwSt.)

► NÜTZLICHE INFOS:

- Kalender mit Fahrverboten
- Länderinfos
- Rechtliche Hinweise zu den Lenk- und Ruhezeiten
- Europaweite Verkehrsregeln
- Wortlos-Guide
- Ladungsdiebstahl vermeiden
- Verhalten bei Verkehrskontrollen
- Bilder, Checklisten und Übersichten
- Nützliche Adressen u.v.m.

► DAS IST NEU IN 2016:

- Recht von A-Z: Update für 2016
- Ladungssicherung beim Transport von Pkw
- Umgang mit Geisterfahrern
- Tankkartenmissbrauch vermeiden
- Gefahrgut: Beförderungen ohne ADR-Bescheinigung
- Maßnahmen gegen Übermüdung

INKLUSIVE
NACHWEIS ZUR
UNTERWEISUNGS-
PFLICHT

