

FÜR STARKE MARKEN AM BAU.

Newsletter Baumarketing

GERRYFRICK 

Ausgabe 4 / März 2017

Geschätzte Leserinnen, geschätzte Leser

Das ist unser erster Newsletter im Jahr 2017. Wie auch im letzten Jahr möchten wir Neuigkeiten und unser Know-how zum Baumarketing mit Ihnen teilen.



In dieser Ausgabe beschäftigen wir uns mit dem Thema «Optimierung von Websites». Die Frage ob ein Unternehmen in der Baubranche eine Website braucht, stellt sich heutzutage nicht mehr. Die meisten Firmen besitzen einen Internetauftritt. Aber wie ist es um Ihre Visitenkarte im World Wide Web bestellt? Welches Bild vermitteln Sie Ihren Interessenten und (potenziellen) Kunden? Finden diese überhaupt Ihre Website oder landen sie bei Ihren Mitbewerbern? Diese und weitere Fragen finden Sie in den einzelnen Artikeln näher erläutert.

Nutzen bei der Optimierung einer Website

- . Besser gefunden werden – für höhere Besucherfrequenz
- . Immer aktuelle Inhalte – für ein positives Image
- . Nutzen bieten – weg vom Produktangebot hin zur Informationsplattform
- . Vernetzung der Informationen und Plattformen
- . Attraktivitätsvorsprung vor den Wettbewerbern

Ich wünsche Ihnen eine spannende und interessante Lektüre und vielleicht finden Sie den einen oder anderen Impuls für Ihr Unternehmen.

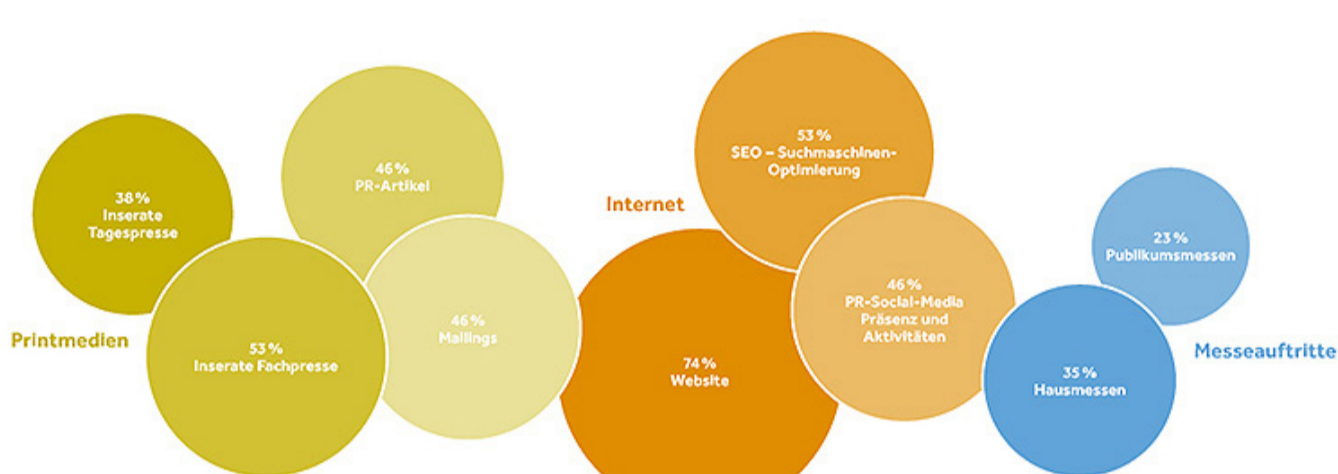
Herzlichst, Gerry Frick

g.frick@gerryfrick.com

www.gerryfrick.com

Wichtigste Plattform der Baubranche für Ihre Kommunikation

Die Website ist wichtigstes Kommunikationsmittel. Dreiviertel der Befragten Unternehmen unserer Baumarketing-Umfrage gaben an, ihre Website aktiv und regelmässig zu pflegen.



Quelle: Umfrage «Marketing im Baugewerbe» 2015 von GERRYFRICK

Mehr Erfolg dank klarer Content-Strategie

Besitzt Ihr Unternehmen einen Internetauftritt? Natürlich, werden Sie mir antworten. Das gehört doch heutzutage dazu. Aber wissen Sie auch wie viele Besucher Ihre Website täglich hat? Und welche Inhalte am meisten interessieren? Oder ob Ihre Besucher das finden was Sie suchen? Motiviert sie zum wiederkommen?

Hier hilft zunächst ein Blick in die Statistikdaten Ihres Webauftritts. Anhand dieser können Sie viele der oben gestellten Fragen beantworten. Eine Umfrage bei Kunden und Interessenten kann ebenfalls hilfreich sein. Oft hilft auch selbst die Kundenperspektive einzunehmen und sich die verschiedenen Prozesse von der ersten Kontaktaufnahme bis hin zur Betreuung nach dem Kauf bewusst zu machen. Und nicht zuletzt die Frage: Was erwarten Sie von einer Website die sie oft und gerne besuchen?

Aus allen diesen Informationen lässt sich die Content-Strategie für Ihr Unternehmen definieren. Dort halten Sie auch fest wie und wie oft Sie online kommunizieren. Eine Redaktionsplanung hilft nicht nur die Themen zu strukturieren, sondern auch dass sämtliche Online Kanäle also auch eventuelle Social Media Portale inhaltlich aufeinander abgestimmt sind.

Das Team von GERRYFRICK Est. unterstützt Sie auf allen Ebenen der Content-Erstellung. Von der Zielsetzung über die Planung bis hin zur Umsetzung.



Werden Sie gefunden?

Was nützt die schönste Website, wenn Sie nicht gefunden wird? Eben so viel wie der schönste Schauraum bei dem sich der Eingang hinter dem Haus befindet. Ob und wie gut eine Internetseite gefunden wird, hängt von einer Vielzahl an Faktoren ab. Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist das Zauberwort und in aller Munde. Die Suchmaschinen, allen voran Google, sind inzwischen jedoch so weit entwickelt, dass hier Patentrezepte nicht mehr helfen.

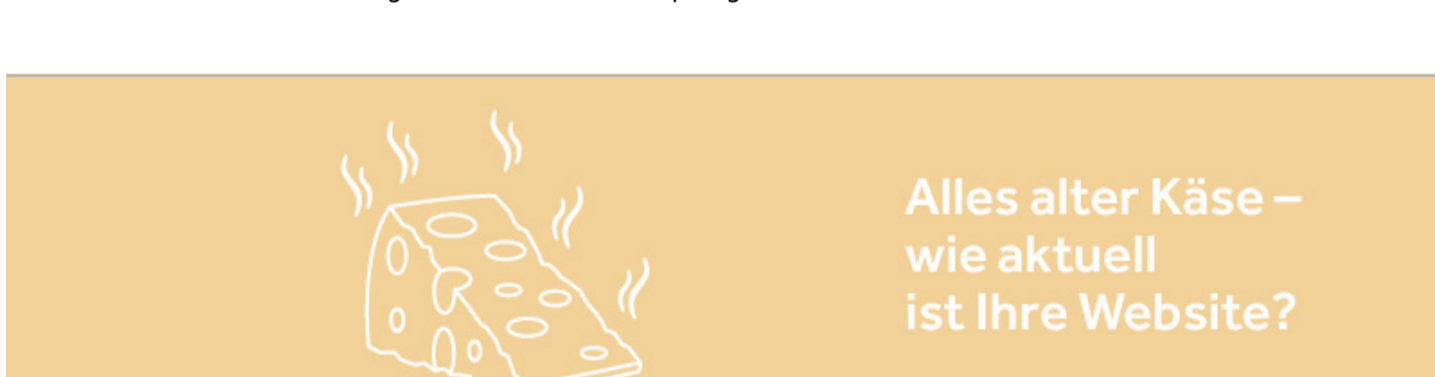
Kurze Ladezeiten, Mobilfreundlichkeit, übersichtliche Seitenstrukturen und interne Verlinkungen sind Grundvoraussetzung geworden um im Suchergebnis angezeigt zu werden. Die Kunst besteht nun darin, sogenannte «relevante» Inhalte für den Suchenden anzubieten. Was nichts anderes heisst, als dass die Besucher der Website die Informationen erhalten nach denen sie suchen, lange auf der Website bleiben und sogar wiederkommen.



Wie aussagekräftig ist Ihre Website?

Über Ihr Unternehmen gibt es viel zu sagen? Tun Sie das auch auf Ihrer Website? Oder folgen Sie der Devise: «Ein Bild sagt mehr als tausend Worte». Das stimmt zwar, aber es lässt auch einen unendlichen Spielraum an Interpretationen zu. Deshalb raten wir Ihnen: Präzisieren Sie Ihre Botschaften mit Worten. Damit Ihre Kunden erkennen wer Sie sind und was Sie können. Und damit Ihre Kunden und Interessenten die Informationen erhalten, die sie suchen.

Setzen Sie noch einen obendrauf und bieten Sie nützliche Informationen rund um ihr Spezialgebiet, die über reine Produktinfos hinausgehen. Zum Beispiel Pflege- oder Reinigungsanleitungen, Tipps für die Materialwahl, Checklisten für Bauherren oder Ähnliches. So etablieren Sie sich als Spezialist in Ihrer Branche und bieten einen Service über das Gewohnte hinaus. Und Ihrem Suchmaschinenranking hilft es zudem auf die Sprünge.



Wie aktuell sind Ihre Web-Inhalte?

Nichts ist älter als die Nachrichten von gestern. Wie wollen Sie Ihre Kunden glaubhaft machen, dass Sie ein innovatives Unternehmen sind, wenn die aktuellste Newsmeldung die Betriebsferien vom letzten Sommer sind? Oder dass ihr Service zuverlässig ist, wenn die Öffnungszeiten auf der Website nicht stimmen? Sie würden im Beratungsgespräch doch auch niemals alte Broschüren verteilen. Wieso dann im Internet? Wo sie doch dort schneller ausgetauscht sind, als sie aus der Druckmaschine kommen.

Aber: Ein aktueller und gepflegter Webauftritt ist zeitaufwändig und erfordert Planung. Vielfach kommt dies im Tagesgeschäft zu kurz. Oder es fehlt neben den Kapazitäten auch das nötige Know-how.

Knowhow und professionelle Unterstützung

Ist Ihnen ein aktueller Auftritt wichtig, Sie haben aber intern keine freien Kapazitäten? Unser Team nimmt Ihnen diese Aufgabe gerne ab. Wir pflegen und aktualisieren Ihre Website, Ihre Social Media Portale und kümmern uns um den regelmässigen Versand Ihres Newsletters. Bei unseren Service-Paketen für Websites bestimmen Sie den Umfang der Dienstleistungen und wir kümmern uns um den Rest.

Weitere Informationen finden Sie hier www.gerryfrick.com/service-pakete-fuer-websites oder kontaktieren Sie uns telefonisch oder per Mail. Wir beraten Sie gern persönlich.

Aufgefallen – Weiterbildung

Das Seminarangebot von Google

Wussten Sie, dass Google in Zürich eine Vielzahl an kostenfreien Seminaren anbietet? Lernen Sie direkt von den Google Experten wie Sie die Google Tools richtig bedienen. Das Angebot reicht vom Einsteigerseminar bis hin zu Zertifizierungen für Google Adwords oder Analytics. Das Schulungsangebot steht allen Interessierten offen.

Hier finden Sie weitere Informationen und die aktuellen Trainingsangebote:
www.adwords-training-live.appspot.com/de-ch

Impressum

GERRYFRICK Est.
Gnetsch 30
LI-9496 Balzers
T +423 384 20 40
info@gerryfrick.com
Geschäftsführer: Gerry Frick

Registereintrag Eintragung im Handelsregister
Amt für Justiz, Fürstentum Liechtenstein
Registernummer: FL-0002.061.168-2

Mehrwertsteuer-Nummer: 55203
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: CHE-282.131.483

Inhalt und Design © Copyright GERRYFRICK Establishment
Bildnachweis: GERRYFRICK Est.