

Handwerkertag

Marketing-Impulse für gute Geschäfte

Wie laufen Ihre Geschäfte?

Egal, ob zur Wirtschaftskrise oder zu Hochzeiten. Marketing im Handwerk spielt eine wichtige Rolle für gute Geschäfte. Das wissen längst alle erfolgreichen Handwerker und setzen auf gezieltes Marketing.

Doch auf was sollte man achten? Und welche Themen eignen sich für Handwerker besonders?

Die drei Themenschwerpunkte Schriftverkehr, Online-Marketing und Service im Handwerk werden Ihnen von zwei Experten für das Handwerk näher gebracht. Ergänzt werden die Themen immer wieder durch kurze Impuls-Blöcke, die Ihnen spannende Ideen kompakt näher bringen.

Inhalte:

- Wie laufen Ihre Geschäfte?

- Der etwas andere **Schriftverkehr** – Schreiben Sie auch noch „beiliegend erhalten Sie“?
- Wie überwinden Sie die „Schreib-Hemmschwelle“?
- Statt Referenzen Projektbeschreibungen.
- Kunden mit der Rechnung begeistern.
- Die Briefhülle, die auffällt.

- **Online-Marketing:** Der Erfolgsturbo für Ihren Betrieb
- 7 Tipps zur Erstellung einer guten Website
- Damit Sie gefunden werden - Suchmaschinenmarketing
- Beispiele aus der Praxis.
- Im Netz der Anfragen verfangen.

- **Service** macht den Unterschied.
- Wissen Sie, was Ihre Kunden erwarten?
- Der Preis ist heiß. Ist der immer entscheidend für den Zuschlag?
- Reagieren Sie grantig auf Reklamationen?

Mit wem haben Sie es zu tun?



[Heike Eberle](#), Unternehmerin eines familiengeführten [Bauunternehmens](#) und Beraterin für das Handwerk ist seit fast 20 Jahren in dieser Branche tätig. Sie ist davon überzeugt, dass der gute Draht zu den Kunden die beste und billigste Altersvorsorge ist!



[Daniel Dirkes](#), Inhaber der Werbeagentur und Marketingberatung Artland Marketing. Er hat sich auf Marketing für Handwerker spezialisiert und veröffentlicht regelmäßig Fachartikel in allen führenden Handwerkpublikationen.

Zielgruppe?

Alle, die dauerhaft gute Geschäfte machen wollen.
Inhaber, kaufmännische und technische Mitarbeiter, die sich auf den Kundenfokus ausrichten wollen.
Handwerker, die wissen wollen mit welchen Mitteln sie ihr Marketing verbessern können.

Termin: 23.02.2010

Dauer: 4,5 Stunden, von 15.30-20.00 Uhr

Methoden:

Vortrag,
Praxisbeispiele,
Impulsblöcke