

Januar 2005
EUR 4,80

ISSN 1613-6993

Marketing-Tipps für Handwerker

Tipps, die Geld sparen und schnell Ergebnisse bringen

Wieder eine Pflicht mehr ...



Liebe Leser,

jetzt hat der Gesetzgeber noch eine Vorschrift mehr erlassen:

Alle Leistungen, die Sie im Zusammenhang mit Grundstücken und Gebäuden erbracht haben, müssen Sie Privatleuten binnen sechs Monaten in Rechnung stellen. Andernfalls droht Ihnen ein Bußgeld von bis zu 5.000 Euro.

Als wäre das nicht schon genug, sind Ihre Kunden nun auch in der Pflicht. Sie müssen nämlich diese Rechnungen zwei Jahre aufheben.

Wenn Sie Ihre Kunden darauf hinweisen, können Sie etwas für Ihr Marketing tun und ersparen ihren Kunden Ärger mit dem Fiskus.

Ich habe Ihnen dazu ein Fax vorbereitet. Schreiben Sie bei Interesse eine kurze E-Mail mit dem Stichwort „Rechnungsstellung“ an rs@marketing-zollstock.de oder rufen Sie mich einfach kurz an - das Fax geht Ihnen dann kostenlos zu.

Ihre

Pat Schneider

Wie Sie Ihre Kunden bei der Stange halten

Wissen Sie eigentlich, dass es fünfmal teurer ist, neue Kunden zu gewinnen als existierende zu halten? Nun, werden Sie sagen, leider braucht der Kunde nicht jedes Jahr ein neues Dach, eine Treppe oder eine neue Heizung.

Richtig. Aber unterschätzen Sie nicht, was in der Zwischenzeit alles möglich ist. Denn das, was nach dem Verkauf oder der Installation passiert, ist der Schlüssel zur Kundenbindung.

Hier einige Beispiele:

Sie haben dem Kunden eine Treppe eingebaut oder in seinem Haus hochwertige Fliesen verlegt. Erhält der Kunde von Ihnen eine laminierte, schmutzabweisende Pflegeanleitung?

Falls der Kunde Fragen hat (oder einen Folgeauftrag): Erreicht der Kunde Sie, ohne

auf der Rechnung nach Ihrer Telefonnummer zu recherchieren? Oder Sie neben Ihrem Konkurrenten im Telefonbuch zu suchen? Haben Sie also nach dem Auftrag noch einmal Visitenkarte oder eine Broschüre hinterlassen?

Vor einem Monat haben Sie für einen Kunden eine neue Satellitenanlage eingerichtet: Wissen Sie, ob diese tadellos funktioniert? Oder ärgert sich der Kunde schon tagelang und ist gerade auf dem Weg zur Konkurrenz?

Haben Sie dem Kunden ein Angebot für diese neue Stereo-Anlage geschickt, über die Sie bereits gesprochen hatten?

Nach der Installation einer Heizungsanlage ist der Abschluss eines Wartungsvertrages für Sie obligatorisch. Natürlich gibt es hin und wieder

Fortsetzung auf Seite 2

Warum Sie Ihr Logo immer griffbereit haben sollten

Hand aufs Herz. Wenn jetzt jemand reinkommt und sagt: „Chef, kann ich mal eben unser Logo haben für unsere Vereinszeitschrift, Sie wissen schon ...“ was passiert dann? Fangen Sie an hektisch nach einer CD oder einem Film (sowieso vorsintflutlich) zu suchen? Oder zucken Sie resigniert die Schulter und wissen genau, dass Sie damit nicht dienen können?

Machen Sie dem ein Ende. Es ist wichtig, passende Daten jederzeit zur Hand zu haben. Außerdem: Wenn jeder Drucker und Dienstleister anfängt, Ihr Logo für sich „passend zu machen“, dann haben Sie bald eine ganze Reihe unterschiedlicher Variationen und keine davon entspricht mehr dem Ursprung.

Ein Scan Ihres Logos hingegen mag zwar mit dem Original übereinstimmen, lässt aber im Druck qualitativ zu Wünschen übrig. Ihrem Erscheinungsbild tut das nicht gut - ein unsauberes Logo lässt im

schlimmsten Fall Rückschlüsse auf Ihre Arbeit zu ...

Sie haben eine Reinzeichnung oder Daten, die im Druck bisher immer o.k. waren? Wunderbar.

Wenn nicht, beauftragen Sie einen Graphiker und lassen Sie eine Reinzeichnung anfertigen. Hierbei wird Ihr Logo ganz genau so wieder „aufgebaut“, wie es einmal war. Sie können es bei der Gelegenheit natürlich auch etwas „auffrischen“ ...

Hauptsache, der Graphiker gibt Ihnen hinterher eine CD-Rom mit Daten für Ihr Logo. Daten, die Sie jederzeit ohne Probleme auch für den Druck nutzen können.

Vergessen Sie nicht, alle Ihre Drucker und Dienstleister (für Visitenkarten, Briefpapier,

Fortsetzung auf Seite 2

Wie Sie Kunden bei der Stange halten

Fortsetzung von Seite 1

Kunden, die diesen nicht abschließen wollen. Kümmern Sie sich trotzdem um diese Kunden? Rufen Sie an, wenn die erste Wartung fällig ist und fragen sie, ob Sie die Wartung jetzt übernehmen sollen?

Nach dem Verkauf eines Fahrzeugs: Die erste Inspektion nach dem Kauf ist fällig. Lassen Sie diese Chance auf mehr Umsatz verstreichen oder schicken Sie dem Kunden einen Brief mit Terminvorschlag?

Was machen Sie mit dem Kunden, der mit stolzgeschwellter Brust im Neuwagen vom Hof rollen? Haben Sie dem Kunden (z.B. mit einem Formular) die Möglichkeit gegeben, einen neuen Kunden zu werben? In den nächsten Tagen wird er oft

nach „seinem“ Händler gefragt werden ...

Beweisen Sie dem Kunden durch diese „Nachsorge“, dass er mit Ihnen den richtigen Handwerker ausgewählt hat. Kümmern Sie sich um Kundenwünsche und holen Sie so das Maximum aus dem Auftrag heraus. Folgeaufträge sind Ihnen garantiert sicher. Und wenn der Kunde rundum glücklich ist Mundpropaganda ist einfach unschlagbar!

Kurz: Nach dem Kauf ist vor dem Kauf. Sorgen Sie dafür, dass Sie für den Kunde erster Ansprechpartner für Ihr Gewerk bleiben. Versuchen Sie, den Kunden durch regelmäßige Wartungen oder zusätzlichen Serviceangebote an sich zu binden.

Wie Sie mit Abschlagszahlungen Ihr Risiko reduzieren

von Bauingenieur Frank Heidgen

Sie kennen die Situation: Die Arbeit ist getan und die Rechnung kann geschrieben werden. Hm, jetzt fehlt Ihnen nur noch die Zeit dazu, die Leistungsnachweise sind ja auch noch ins Reine zu bringen.

Da klingelt das Telefon schon wieder, der potentielle Kunde wünscht einen Termin. Klar, der findet am Samstag statt ... und schon wieder bleibt die angefangene Rechnung liegen.

Oder schlimmer noch: Die Rechnung ist schon geraume Zeit bei Ihrem Kunden und von einem Geldeingang auf Ihrem Konto keine Spur - der Kunde honoriert Ihre Leistung nicht mit einer Überweisung.

Der Gedanke, dass Sie auf dem erarbeiteten Rechnungsbetrag sitzen bleiben, verschlägt Ihnen den Atem. Warum nutzen Sie nicht die Möglichkeit der Abschlagszahlungen? Sie machen gerade bei größeren Projekten oftmals Sinn und sind einfach zu handhaben.

Denn so können Sie sich zumindest das bereits eingesetzte Material bezahlen lassen oder sogar annähernd den kompletten Leistungsumfang fordern. Ein Restbetrag gibt dem Leistungsempfänger Sicherheit genug.

Bei größeren Maßnahmen ist es sinnvoll, für den Rechnungsprüfer plausible Leistungsnachweise der Abschlagsrechnung beizufügen. Aber da muss nicht die letzte Schraube aufgeführt sein! Damit haben Sie die Grundlage für zügigere Zahlungen geschaffen, insbesondere bei größeren Firmen (auch Kommunen) werden Sie davon immens profitieren.

Ob Sie auch auf den Abschlagsrechnungen für Privatpersonen auf die Aufbewahrungsfrist von zwei Jahren hinweisen müssen, sollten Sie mit Ihrem Steuerberater einmal besprechen. Denn die Abschlagsrechnung könnte schlimmstenfalls ja auch eine Schlussrechnung sein.

Kurz: Abschlagszahlungen sorgen dafür, dass Sie nach erbrachten Leistungen zügig Geld auf dem Konto haben. Wenn Sie darüber hinaus Fragen haben, gerade rund um die Abrechnung mit Kommunen, Herr Heidgen (02644 800086) steht Ihnen für einen Rat gerne zur Seite.

Impressum

© 2005
Ruth Schneider
Wallen 5
53547 Dattenberg

Telefon: 02644 8009662
Fax: 02644 8009663
E-Mail: rs@marketing-zollstock.de

Erscheint monatlich
Hrsg.: Ruth Schneider

V.i.S.d.P.: Ruth Schneider

ISSN 1613-6993
EUR 4,80

Nachdruck (auch auszugsweise) nur mit Genehmigung.
Trotz sorgfältiger Recherche kann ich keine Haftung für die Informationen übernehmen.

Warum Sie Ihr Logo immer ...

Fortsetzung von Seite 1

Anzeigen...) mit dem neuen und qualitativ hochwertigen Logo auszustatten. Oft wird ein Druck dann auch dadurch, dass die Daten bereits druckfertig vorliegen, billiger für Sie.

Brennen Sie sich einen Stapel Kopien dieser Logo-Daten und verstauen Sie diese in Ihrem Schreibtisch. Sie werden sehen, sie gehen eh weg wie warme Semmeln.

Erneuern Sie diesen Stapel regelmäßig und geben Sie keinesfalls Ihr Original aus der Hand!

Kurz: Sorgen Sie dafür, dass Sie immer eine CD-Rom mit druckfertigen Daten Ihres Logos zur Hand haben. Sie sparen sich viel Sucherei, Koordinationsaufwand und auch Geld für teure „Druckaufbereitung“.