

Mit pfiffigen Aktionen können sich auch moderne Bäderbauer in ihrem regionalen Markt einen Namen als kreativer und innovativer Partner in Sachen Bad machen. Und dass solche Aktionen nicht zwangsläufig mit hohen Kosten verbunden sein müssen, zeigen die folgenden drei Praxisbeispiele.

#### Praxisbeispiel 1

### Staubschutz-Konzept

Das Image des Handwerks in puncto Sauberkeit steht bedauerlicherweise bei vielen Endkunden immer noch weit unten. Und genau das ist Ihre Chance: begeistern Sie Ihre Kunden, in dem Sie ausscheren, positiv auffallen und auch Dinge tun, die keiner von Ihnen erwartet: Arbeiten Sie mehr als sauber, zelebrieren Sie Sauberkeit und Achtung vor dem Gut des Kunden. Und was besonders wichtig ist: Tun Sie nicht nur Gutes, sondern reden Sie auch darüber. Das soll heißen: Wenn Sie z.B. ein Staubschutz-Paket anbieten, dann sollten Sie auch kräftig damit werben. Bauen Sie bei allen Veranstaltungen in Ihrem Badstudio eine Staubfrei-Demo ein und zeigen Sie kurz auf, wie bei Ihnen staubfrei gearbeitet wird. Oder lassen Sie am Schausonntag eine kleine Info-Präsentation oder einen Film auf einem (PC-)Bildschirm laufen.

Wie können Sie Ihr Unternehmen schnell auf den Erfolgsweg „Staubfrei begeistern“ bringen? Dazu drei Schritte:

1. Statten Sie Ihr Montageteam mit dem notwendigen Equipment aus: Überziehschuhe, Staubschutztüren, Schutzvlies, Möbeldecken, Türrahmenschutz, Abdeckfolie, Staubfresser oder Airclean etc.
2. Sprechen Sie das neue Angebot bei jedem Kunden an. Erfahrungsgemäß sind die Kunden durchaus bereit, hierfür einen angemessenen Preis zu zahlen.



Tun Sie nicht nur Gutes, sondern reden Sie auch darüber: Dazu gehört z.B. ein Kundenstopper auf dem Gehsteig vor dem Haus Ihres Kunden während der Badmodernisierung

#### Drei clevere Praxisideen

# Kostengünstiges Bad-Marketing

3. Setzen Sie die Idee gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern um. Vorteile für das Monteurteam: staubfrei-begeisterte Kunden sind freundlicher; die staubfreie und feuchtere Luft ist für die in diesem Raum arbeitenden Monteure gesünder.

Nachfolgend noch einige Praxis-Tipps, die Sie bzw. Ihre Monteure vor dem Beginn aller anderen Arbeiten tun sollten:

- Kunden informieren/fragen, was alles geschützt werden soll
- Überziehschuhe anziehen, solange der Boden nicht abgedeckt ist
- Schutzvlies auslegen
- Besonders zu schützende Bereiche abkleben
- Rahmenschutzleisten über die Türstöcke klemmen
- Staubschutz-Türe(n) einsetzen und verschließen
- Staubfresser/Airclean aufstellen und die Funktionsweise dem Kunden auch erklären
- einen Kundenstopper am Gehsteig aufstellen

#### Praxisbeispiel 2:

### Kostenfreie Badinspektion

Wie viele Ihrer Kunden mit einem Heizungs-Wartungsvertrag haben ein Bad, das älter als 20 Jahre ist? Wie viele von diesen Kunden sprechen Sie an, um sie als Bad-Renovierer zu gewinnen? Sind Ihre Antworten in der Tendenz eher negativ, dann sollten Sie in Verbindung mit der Heizungswartung Ihren Kunden eine kostenfreie „Badinspektion“ anbieten. Erfahrungsgemäß wird dieses Angebot von vielen Kunden bereitwillig angenommen. Und Ihr SHK-Betrieb gewinnt eventuell einen Auftrag oder mindestens wertvolle Infos über potenzielle Badkunden für eine gezielte Marketingstrategie: Machen Sie diese Kunden per Direktwerbung auf Ihre Badkompetenz aufmerksam, indem Sie diese zum nächsten Tag der offenen Tür, zum Schausonntag oder zum nächsten Kundenseminar einladen. Nachfolgend finden Sie einen Textvorschlag für ein Anschreiben zur „kostenfreien Bad-Inspektion“ in Verbin-

ung mit der Terminankündigung für die Heizungswartung:

*Sehr geehrte . . . ,  
Ihre nächste Heizungswartung im Rahmen des bestehenden Wartungsvertrages steht wieder an. Auf der beiliegenden Wartungstermin-Karte haben wir Ihnen zwei Terminvorschläge gemacht. Wählen Sie einfach Ihren Wunschtermin aus und senden Sie uns die Karte zurück. Wir möchten unseren Service für Sie noch verbessern und bieten Ihnen deshalb unser neues Serviceangebot an: Die Inspektion Ihres Badezimmers zusammen mit dem Wartungstermin Ihrer Heizungsanlage. Dieser Service ist für Sie als Wartungskunden kostenlos! Sie erhalten dadurch die Sicherheit, dass Ihr Badezimmer up-to-date bleibt und kleine Schwachstellen rechtzeitig erkannt werden.  
Da wir durch unseren Heizungseinsatz schon bei Ihnen vor Ort sind, möchten wir Ihnen mit unserer kostenfreien Badinspektion einen kleinen Gefallen tun.*

Mit freundlichen Grüßen  
Anlage: Antwortkarte

**Praxisbeispiel 3:**

**Chancen „rund um die Baustelle“**

Was tun Sie bisher, um bei einer Badmodernisierung auch die Nachbarschaft als Kunden zu gewinnen? Wie viele Nachbarn sprechen Sie an und wie viele Aufmaßtermine erhalten Sie? Ist Ihre Antwort negativer Natur, dann nutzen Sie diesen Marketingbaustein bisher nicht (effektiv). Erfahrungsgemäß liegt im unmittelbaren Umfeld einer Modernisierungsmaßnahme oft

ein beträchtliches Auftragspotenzial. Erstellen Sie deshalb Ihr firmenspezifisches Maßnahmenpaket zur Neukundengewinnung während einer Modernisierungsmaßnahme. Folgende Werbemittel und Aktionen sind sinn- und wirkungsvoll:

**Baustellenschilder**

Nutzen Sie jede(!) Baumaßnahme, um Ihre Baustellenschilder deutlich sichtbar und an exponierter Stelle zu platzieren. „Kostenloser“ wird kaum eine Ihrer weiteren Werbemaßnahmen sein.

**Türanhänger**

Nutzen Sie den direkten Kundenkontakt zur nächsten Auftragsanbahnung. Binden Sie die Vor-Ort-Monteure in die Akquisearbeit ein. Ein einfacher Türanhänger wird beim Verlassen der Kundenwohnung an die Türklinke gehängt. Der Text kann zum Beispiel lauten: „Haben Sie am Sonntag schon etwas vor? Besuchen Sie unseren Schausonntag...“.

Das Verteilen sollte für die Monteure ein „Muss“ sein. Wichtig hierbei ist, dass Ihre Monteure von Ihnen kontrolliert werden, ob die Türanhänger tatsächlich verteilt werden. Denn sonst besteht keine Chance, dass diese permanente, effektive, nahezu kostenlose und kundennahe Werbung tatsächlich erfolgt.

**Brötchentüte**

Präsentieren Sie Ihren Betrieb als Bad-Profis: Beim Beginn der Bad-Modernisierung kann Ihr Monteur bei den unmittelbaren Nachbarn klingeln und sie mit einer frisch gefüllten Brötchentüte um Verständnis für die Baumaßnahme nebenan bitten: „Wir beginnen heute bei Ihrem Nachbarn mit der Moderni-

**Checkliste Bad-Inspektion**

Ist-Zustand	Nicht vorhanden	Neues Modell	alt	defekt	Reparatur möglich Ja
<b>Badezimmer</b>					
Badewanne					
Whirlpool					
Wannenarmatur					
Badetuchhalter					
Wannengriff					
Duschwanne					
Duschabtrennung					
Duscharmatur					
Brausestange					
Handbrause					
Duschkonsole					
Waschtisch					

Vorschlag zu einer Checkliste, mit deren Hilfe Ihre Monteure die Bad-Inspektion bequem durchführen können

sierung seines neuen Badezimmers. Sollten für Sie Behinderungen auftreten, möchten Sie wir im Voraus um Verständnis bitten...“. Sie können sicher sein, dass diese Maßnahme Ihre Wirkung zeigen wird.

#### Prospekt-Dispenser am Firmenfahrzeug

Da Ihr Firmenfahrzeug in der Regel im unmittelbaren Umfeld der Baustelle geparkt sein wird, empfiehlt sich einen Prospekt-Dispenser am Fahrzeug anzubringen. Ihr Monteur wird beauftragt, stets dafür zu sorgen, dass der Dispenser mit Ihren Firmenbroschüren gefüllt ist. So geben Sie Badinteressenten die Möglichkeit, mit Ihnen in Kontakt zu treten und ggf. die Öffnungszeiten Ihres Badstudios zu übermitteln.

#### Werbekleber im Vorgarten

Mit einem Werbekleber, der im Vorgarten oder im Eingangsbereich des Kunden platziert ist, machen Sie auf die Baumaßnahme aufmerksam. „Hier entsteht ein neues Traumbad!“ kann als Text eingedruckt sein. Alternativ können Sie auch mitteilen: „Hier entsteht ein Bad mit dem neuen Staubschutz-Konzept von XXXX“. Sie sorgen so dafür, dass die Badmodernisierung zum Gesprächsthema in der unmittelbaren Nachbarschaft wird.

#### Dankeschön-Brief

Nach Beendigung der Bad-Modernisierungsmaßnahme können Sie sich bei den Nachbarn mit einem Schreiben für das Verständnis während der Baumaßnahme bedanken und diese zum nächsten Schausonntag einladen. So zeigen Sie, dass Sie sich immer engagiert um Ihre Kunden kümmern.

Jetzt sind Sie am Zug. Setzen Sie aktiv die Maßnahmen vor Ort um, bevor es Ihre Mitbewerber tun. Dies ist keine Frage des Budgets, sondern eine Frage der Konsequenz.



Unsere Autoren Ottmar Kuball und Werner Heimbach von HaZweiOh sind als Trainer und Berater in der SHK-Branche für clevere Marketing- und Verkaufs-Ideen bekannt. Sie haben das „Frequenzpaket Badstudio“ speziell für die Belange des SHK-Handwerks erstellt ([www.hazweiioh.de](http://www.hazweiioh.de))

**Kommen Sie zu uns ins Badstudio!**  
**am Sonntag 01.03.2008 von 9 - 16 Uhr!**

**Badstudio Mustermann**  
Musterstraße 123 12345 Musterstadt  
Telefon 0123/456789 [www.hazweiioh.de](http://www.hazweiioh.de)  
Täglich für Sie da, von 9 bis 18 Uhr  
\* Ausserhalb der gesetzlichen Öffnungszeiten keine Beratung und kein Verkauf.

Nutzen Sie den direkten Kundenkontakt Ihrer Monteure zur weiteren Auftragsakquise mit Türstoppern (auf der Rückseite ist z.B. eine Einladung zum Schausonntag aufgedruckt)

### Frequenzpaket Badstudio

Das clevere „HaZweiOh-Frequenzpaket Badstudio“ (inkl. CD-ROM) können Sie hier exklusiv zum SBZ/bav-Sonderpreis von 195 Euro + MwSt. bestellen. Das Frequenzpaket Badstudio beinhaltet:

- Übersichtliche A4-Arbeits-Mappe mit Tipps und Ideen für die Durchführung von:
  - Schausonntag/Tag der offenen Tür/Aktionstage/Messen/Gewerbeschau
  - Frequenz-Werbung allgemein für Badstudios
  - Aktionen für den Abverkauf (Ausstellungsware)
  - Veranstaltung „Heizungsmodernisierung“ und „Wellness-Event“
- Auf CD-ROM erhalten Sie über 50 fertige Werbevorgaben:
  - Anzeigenvorlagen/Einladungskarten
  - Türanhänger/Aufsteller/Werbeschild
  - Brief-Vorlagen, Tipps und Vorlagen zur Mitarbeiter-Info
  - Checkliste zur Durchführung der Aktionen

