

Sind Privatkunden nur schwarz/weiß?

Es ist fast schon Basiswissen, dass sich das Bau-trägergeschäft für einen Elektrobetrieb meist nicht rechnet. Aber es klopft auch nicht jede Woche ein Millionär an die Tür, um seine neue Villa für viel Geld elektrotechnisch perfekt einzurichten. Aber genau dazwischen liegen gerade jetzt große Chancen.

**hausmann
wynen**

Einfach. Elektro.

Es gibt Millionen Privathaus-halte, Freiberufler und Dienst-leister, denen es auch heute einfach gut geht. Sie haben meist Eigentum und ein ge-fülltes Bankkonto. Als „Cle-verle“ haben viele in Anbe-tracht der Neuregelungen zur Abgeltungssteuer und den da-mals hohen Zinsen Ende 2008 verfügbares Geld bis Ende 2009 fest angelegt. Jetzt wird das Geld frei – und es gibt kaum noch Zinsen. Das Geld „herumliegen“ zu lassen ist frustrierend, also investieren viele in die eigene Immobilie. Daher ist gerade jetzt die Zeit, diese Kunden für den eigenen Betrieb zu gewinnen.

- 1) Durch eine systemati-sche werbliche Ansprache, mit Ideen für sinnvolle Investi-tionen ins Eigenheim, kommt man derzeit ins Gespräch mit potentiellen Kunden.
- 2) Ein qualifizierter kleiner Fly-er für den Versand oder die Verteilung ist zu empfehlen. Die Erstellung muss nicht teuer sein (s.u.).
- 3) In der „Alt“-Kundendatei se-lektiert man schnell die Kandi-daten für eine gezielte Einzel-ansprache (individueller Brief). Im Stadtplan sind schnell die

nahen, für eine Wurf-sendung geeigneten Straßenzüge zu kennzeichnen.

- 4) Wenn der Kunde ange-bissen hat, zählt die persön-liche und kompetente Be-ratung. Eine Mustermappe mit Einzel-arbeiten aus der Umgeb-ung weckt das Gefühl, et-was passt zu haben.
- 5) Jetzt geht es darum, auch ei-nen guten Ertrag zu sich-ern. Schnell erstellte, aber op-tisch hochwertige und aus-sagekräftige Angebote be-weisen die Wertigkeit Ihrer Leistung.
- 6) Bringen Sie ruhig interes-sante Alternativen ins Spiel. Nicht in einem Nebensatz, sondern im Angebot klar dargestellt. Mit den zusätz-lichen Vorteilen und natür-lich auch mit dem Mehrpreis. In dieser Zielgruppe ist das Geld da, aber die Gegen-leistung muss stimmen.

So profitieren Sie nicht nur kurz-fristig sondern gewinnen dau-erhaft potente Kunden, die Ihr Geschäft auch in Zukunft ga-rantieren.

Der Aufwand erscheint hoch. Aber für eine speziell für das Elektrohandwerk entwickel-te Software wie z. B. power-bird® sind genau diese Arbei-ten Standard und schnell und einfach zu lösen. Und konkrete Anregungen für die werblichen Unterlagen finden Sie auf der Sonderseite www.powerbird.de. Sie können sofort starten.