

# Der moderne Schreiner

Effizienz,  
Verkauf und  
Management



## TrunCAD – Der moderne Schreiner – Das eBook zur Newsletter Serie (Teil2)

In unserem eBook „Der moderne Schreiner“ wirst Du lernen, wie Du besser verkaufen und mehr Gewinn in kürzerer Zeit erwirtschaften kannst. Außerdem zeigen wir Dir Möglichkeiten, die die Digitalisierung mit sich bringt.

### **Dieses eBook ist genau das richtige für Dich WENN:**

- Du Schreiner oder Tischler bist oder Dich für das Berufsfeld interessiert
- Du daran interessierst bist in kürzerer Zeit mehr Gewinn zu erwirtschaften
- Du Dein Unternehmen für die Zukunft wappnen willst
- Du Deine Mitarbeiter fördern und Ihnen ein Vorbild sein willst
- Du realisiert hast, dass es Wege und Mittel gibt, wie man seine Effizienz ohne großen Aufwand steigern kann und Du wissen willst, wie das geht

### **Das erwartet Dich:**

- Exklusives Marketing Wissen, das wir täglich nutzen, um neue Kunden zu finden und Strategien, die auch für dich funktionieren werden.
- Vertriebskanäle zu verstehen und dadurch in Zukunft mehr Umsatz zu machen
- Deine Reichweite zu erhöhen, in die Sichtbarkeit zu gelangen und deine Konkurrenz hinter dir zu lassen.

Das **WICHTIGSTE** Bild, das Du über das komplette Buch im Hinterkopf halten musst ist das Folgende. **NIMM DIR DIE ZEIT DEN KOMMENDEN ABSATZ ZU LESEN!**



Der Mensch kauft aus einem einzigen Grund: Der Nutzen, den er in der Ausgabe sieht ist größer als die Kosten, die dem gegenüber stehen. Er entscheidet sich jedoch aus verschiedenen Gründen GEGEN einen Kauf. Der stärkste dieser Gründe ist "Angst". Die Angst das falsche zu kaufen, die Angst nicht das zu bekommen was man erwartet, die Angst ein besseres Angebot zu verpassen, die Angst zu viel zu bezahlen die Angst...

Am effektivsten nehmen Sie ihm diese Angst, indem Sie mit Referenzkunden arbeiten. Legen Sie eine interne Sammlung an Referenzobjekten Ihrer Firma an. Mit Bildern und Zitaten von zufriedenen Kunden und besonders schönen Objekten. Diese können Sie bei beinahe jedem Einwand eines Kunden heranziehen und nutzen.

Immer wieder hören wir von Kunden, dass sie sich Arbeitserleichterungen wünschen. Immer wieder hören wir, dass es genug Aufträge gibt oder dass Aufträge sogar abgelehnt werden müssen, weil sie nicht hinterher kommen diese abzuarbeiten. „Wenn ich mal wieder mehr Zeit habe werde ich mich mit dem Thema Software auseinandersetzen.“

Dabei ist es wie mit der Säge. Investiere und du wirst Du direkt selbst oder mit der Unterstützung der Hotline durchstarten. Wir haben ein Produkt für Dich entwickelt, mit dem Du innerhalb weniger SEKUNDEN oder MINUTEN Einbauschränke, Küchen, Dachschrägenschränke, Sideboards und vieles mehr so effizient planen kannst, dass Du bis zu 95% der Zeit in der AV sparen wirst.

Stell dir eine Welt vor, in der Kunden Dir über eine App automatisch ein Bild von dem gewünschten Schrank übermittelt, Du die Daten direkt auf den Computer bekommst und an der CNC schon die Bohrer warmlaufen, weil die entsprechenden Daten automatisch erzeugt werden!

**Diese Welt zur Realität zu machen scheitert daran, dass Du keine Zeit hast?**

Das darf nicht passieren. In diesem eBook findest Du zahllose Tipps und Tricks, wie Du die Arbeit in deiner Schreinerei effizient gestalten kannst. Wenn Dir das hilft und Du Dir sagst: „Ja, ich habe etwas daraus mitnehmen können.“, dann geh den Weg weiter mit TrunCAD und lass uns gemeinsam erfolgreich werden, bleiben und dafür sorgen, dass Du nicht nur mehr Geld, sondern Zeit, Lebensqualität und Freiheit gewinnst – DAFÜR STEHT die TrunCAD GmbH!

**Viel Spaß beim Lesen und Lernen wünscht dir das Team TrunCAD**

# Online-Tipp #1

Die erste Online-Plattform mit einer hohen Wirkung für Kunden und Interessenten dürfte die wohl wichtigste in der Präsentation sein. Auf Facebook können Sie nicht nur Bewertungen von Firmen finden, sondern auch mit den Personen interagieren, sich selbst präsentieren und dadurch so umfassend und einfach wie auf keiner anderen Plattform agieren.

Auf Facebook lassen sich nicht nur Bilder vom Urlaub und der letzten Party posten, sondern auch Firmenauftritte auf dem größten sozialen Netzwerk werden immer wichtiger. Viele Interessenten suchen inzwischen nicht mehr im Telefonbuch oder auf Google, sondern geben durch die Standortbestimmung direkt in Facebook ein, welche Art der Firma sie suchen. Schon an dieser Stelle fällt oft die Entscheidung für einen Anbieter. Die Kriterien nach denen die Kunden entscheiden sind zum einen, wie hoch die Schreinerei in der Liste steht und zum anderen wie ansprechend ist der Name und das Titelbild.

Doch wie ziehen Sie eine Facebookseite auf, die Ihnen einen professionellen Auftritt verschafft?

**Tipp 1:** Legen Sie die Seite an und geben Sie ALLE wichtigen Details an. Dazu gehören vor Allem Kontaktdaten, ein ansprechendes Profilbild (Logo/Name/Symbol) und ein Name, der gefunden wird, wenn nach den entscheidenden Begriffen gesucht wird. Achten Sie darauf, dass Begriffe wie Schreiner/Tischler/Innenausbau/Design in dem Titel erwähnt werden.

**Tipp 2:** Der Inhalt. Der Inhalt einer Seite (= "Content") ist entscheidend, wenn Sie sich gegenüber Besuchern präsentieren. Hier können Sie von vorhandenen Projektbildern, Konstruktionsplänen, Teambildern und Events profitieren, die Sie dokumentieren und online stellen. Das Ganze ist viel weniger Zeitaufwendig, als Sie im ersten Moment denken. Stellen Sie sich einen Wecker, der Sie einmal in der Woche daran erinnert etwas zu posten. Das kann alles sein: Vom zufriedenen Kunden, über den Teamausflug bis hin zu einem Preis, den jemand aus Ihrem Team gewonnen hat.



Tipp 3: Achten Sie darauf, dass der Messenger aktiv ist und man Sie direkt über die Seite anschreiben kann.

Tipp 4: Posten Sie wichtige Informationen wieder und wieder. Bewerben Sie die Informationen richtig. Sie können einen Beitrag, wie beispielsweise einen Beitrag, der sehr gut angenommen wird immer wieder teilen, oben auf der Seite fixieren oder sogar bewerben. Dabei bietet Ihnen Facebook die Möglichkeit ausschließlich in einem definierten Radius um Ihren Standort herum bestimmte Personen zu erreichen und so gezielt Werbung zu schalten.

## Offline-Tipp #1

Werbung in Flyern gilt in vielen Geschäftskreisen als Out. Durch den hohen Prozentsatz der Broschüren, die im Müll landen sehen viele Firmen keinen Mehrwert in der Papierwerbung zum Auslegen. Doch wie so oft im Leben kann man auch dieses Thema nicht Schwarz-Weiß betrachten. Wenn Sie darauf achten die Flyer an sinnvollen Orten auszulegen und sie ansprechend gestaltet sind können Sie durchaus den ein oder anderen Kunden zu Ihnen bringen.

Tipp 1: Für Ihr Firmenemblem auf dem Flyer gilt: „Ein Logo ist dann gut, wenn man es mit dem großen Zeh in den Sand kratzen kann“ (Kurt Weidemann, Typograph). Das ist überspitzt dargestellt, dennoch sollte es etwas sein, das im Kopf bleibt und dass man immer mit Ihnen verbinden kann.

Tipp 2: QR-Codes: QR-Codes lassen sich einfach erzeugen und mit jedem modernen Handy abscannen. Sie können also den QR-Code auf einem Flyer direkt mit Ihrer TrunAPP-ID/TrunSHOP-Seite verbinden und den Kunden somit direkt zum Schrankplaner bringen!

Tipp 3: Die Herstellungskosten variieren stark, allerdings sollten Sie beachten, dass günstige Flyer oft eine schlechte Qualität liefern. Achten Sie darauf, dass auf Fotopapier gedruckt wird und in einer so hohen Auflösung, dass die Kanten ohne Pixel dargestellt werden.

Tipp 4: Überlegen Sie sich genau, wer sind Ihre Kunden. Legen Sie die Flyer NUR dort aus, wo diese ein- und ausgehen. An anderen Orten verschwenden Sie ihr Geld und die Wahrscheinlichkeit, dass die Arbeit im Müll landet ist hoch.

Tipp 5: Der Erinnerungseffekt auf dem Flyer ist entscheidend. Nehmen Sie ein lustiges, schockierendes, überraschendes, ... Bild, an das die Person sich auch Wochen später noch erinnert. Warum nicht mal einen umgefallenen Schrank auf einem Kollegen mit dem Slogan: "Damit die nächste Montage ohne Zwischenfälle läuft - Schreinerei XY", oder Ähnliches. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Es ist lediglich wichtig, dass Sie einen Erinnerungseffekt erzielen, so dass sich der, der den Flyer sieht dann an Sie erinnert, wenn er einen Schreiner benötigt.

## Bonus-Tipp #1

Um die RICHTIGE Werbung zu schalten ist es von größter Bedeutung, dass Sie sich bewusst sind, wer genau Ihr Kunde ist. Der beste Ansatz sich darüber im Klaren zu sein und somit Geld zu sparen und effizienter zu werben ist es, einen **Kundenavatar (Exakte Definition wer dein idealer Kunde ist)** zu erstellen. Das geht schnell und bringt Ihnen im täglichen Geschäft einen riesen Vorteil.

Warum einen Kundenavatar?

Wenn Sie Werbung schalten ist das immer mit Ausgaben verbunden, auch Ihre Website muss genau Ihren Zielkunden ansprechen. Sie bezahlen einen gewissen Betrag, um eine gewisse Anzahl an Personen zu erreichen. Werbung rechnet sich dann, wenn unter den erreichten Personen eine Mindestanzahl an Interessenten aus Ihrer Zielgruppe sind, die nachher auch Umsatz generieren. Sie können also ohne klar definierten Kundenavatar vorgehen und einfach blind in den Wald schießen, oder Sie definieren sich klar Ihre Zielgruppe und sparen sich dadurch Geld bei gleichzeitig höheren Einnahmen am Ende.

Wie erstelle ich einen Kundenavatar und wie arbeite ich damit?

Ein Kundenavatar muss MÖGLICHST GENAU definiert sein. Stellen Sie sich die Frage wer ist Ihr idealer Kunde. Dabei geht es nicht darum zu sagen: "Na der, der bei mir kauft.!" Sondern wer ist Ihr idealer Kunde? Geben Sie ihm einen Namen, stellen Sie ihn sich vor. Alter, Geschlecht, Beruf, Familienstand, Einkommen, etc. Im Anschluss daran überlegen Sie sich was macht genau dieser Kunde um welche Tageszeit? Wo können Sie ihn erreichen? Worauf springt er an? Nur wenn Sie alle Fragen beantwortet haben ist eine derart zielgerichtete Werbung möglich!

TrunAPP/TrunSHOP und Ihr Kundenavatar:

Fragen Sie sich also, welcher Ihrer Kunden würde die APP/den Shop nutzen, wie können Sie ihn erreichen? Was müssen Sie ihm bieten, damit er das Angebot annimmt und seine Planungen dort macht – welche Fragen stellt er sich?

## Online-Tipp #2

Die zweite Online-Plattform für Kunden und Interessenten, die wir vorstellen, **ist Google**. Auch wenn Sie Google nicht direkt mit Werbung verbinden, ist es trotzdem wichtig, dass Sie **weit oben gefunden werden** und auch hier wird Ihnen die Möglichkeit gegeben über **Google Ads** Anzeigen zu schalten. Auf Google können Sie außerdem Bewertungen von Firmen finden. **Diese Bewertungen sind ausschlaggebend** bei der Entscheidung der Kunden, welcher Schreiner den Auftrag bekommt.

Wie oben aufgezeigt gibt es bei Google 3 entscheidende Punkte, die zu beachten sind:

### 1. Weit oben gefunden werden

Dieser Vorgang wird SEO (Search Engine Optimization) genannt, also Optimierung der Auffindbarkeit in Suchmaschinen. Das ist heutzutage extrem wichtig, da sich so gut wie JEDER Kunde online informiert. Wichtig ist, dass Sie eine Website haben. Diese sollte unbedingt wichtige Keywords auf der Startseite enthalten. Beispiele für Ihre Branche sind dabei: Schreiner, Tischler, Holz, Schrank, Möbel, Küchen, individueller Möbelplaner, Planung, 3D, individuell, Ausbau, etc. Je mehr davon Sie über Google finden, desto einfacher ist es Traffic (Verkehr) auf Ihrer Website zu erzeugen.

### 2. Werbung schalten

Um ganz nach oben in der Trefferliste auf Google zu kommen ist es möglich gegen kleines Geld in Google Ads zu investieren. Die oberen 3-5 Treffer sind immer gesponserte Anzeigen. Die Erfahrung zeigt, dass die meisten Personen gar nicht weiter nach unten scrollen, sondern sich aus diesen Treffern bedienen.

### 3. Bewertungen auf Google

Achten Sie darauf, dass Ihre Firma bei Google, Google Maps, etc. als Firma eingetragen ist und mit ansprechenden Bildern versehen wird. Googlen Sie dazu Ihre Firma und beanspruchen Sie die Rechte für die Verwaltung der Seite. Fügen Sie nun alle Informationen hinzu. Dieser Service ist für Sie vollkommen kostenlos, dauert nicht lange und wird sich schnell lohnen!

## Offline-Tipp #2

Die Offline-Werbemethode, mit der wir uns diese Woche auseinandersetzen ist der **Marktauftritt**. Jeder kann gegen eine kleine Vergütung an die Stadt einen Standplatz auf dem Markt anmieten. Die allgemeine Meinung ist noch immer, dass sich diese Auftritte nur dann lohnen, wenn direkt dort Umsatz geniert werden kann. Warum das nicht so ist und wie Sie durch passendes Marketing mit Gewinn den Markt einnehmen erfahren Sie hier:

### 1. Vorteile

Als Schreiner haben Sie einen **begrenzten Lieferradius**. Die Personen, die Sie ansprechen wollen finden Sie also automatisch auf dem **Wochenmarkt / dem Weihnachtsmarkt / in der Stadt**. Präsentieren Sie hier Ihre Leistungen ist es sehr unwahrscheinlich, dass Sie jemanden erreichen, der kein **potentieller Kunde** ist. Für die Feinauswahl sehen Sie gerne nochmal in den Newsletter unter "**Kundenavatar** erstellen".

### 2. Richtige Präsentation

Sie wollen also **Aufmerksamkeit erregen und Interessenten anlocken**? Dann stellen Sie doch beispielsweise ein Tablett mit laufender TrunAPP/TrunSHOP auf, auf dem Passanten "spielen" können. Hier sollte unbedingt Ihre ID schon voreingestellt sein. Sie können dabei bei der **Bedienung assistieren und bei Bedarf direkt einen Lead mit Kontaktdaten** des Interessenten schreiben.

### 3. Nachfassen

Verlassen Sie sich nicht darauf, dass die Personen von der Straße automatisch bei Ihnen bestellen und die Initiative ergreifen. Sammeln Sie Kontaktdaten, mit denen Sie die Passanten später kontaktieren können und rufen Sie an, um die **Details für den neuen Traumschrank durchsprechen** zu wollen. Senden Sie ein Angebot und treten Sie als professioneller Verkäufer auf. Tipps und Tricks dazu finden Sie in unserem Newsletter "Der moderne Schreiner".

[DIREKT ZUR ANMELDUNG! BESSER VERKAUFEN! EFFIZIENTER ARBEITEN!](#)



## Bonus-Tipp #2

"Kein Kunde kauft jemals ein Erzeugnis. Er kauft immer das, was das Erzeugnis für ihn leistet."

– *Peter F. Drucker*

### „Nur Kunden Nutzen Zählt“ (NKNZ)

Merken Sie sich diese vier Buchstaben und rufen Sie sich diese immer wieder in Gedanken, bevor Sie in ein Kundengespräch starten.

Ist es für den Kunden wirklich ein Nutzen, dass er eine Massivholz Push-To-Open Front bekommt oder ist der eigentliche Nutzen die Langlebigkeit des Materials und die angenehme Bedienung durch die Grifflose Front? Natürlich das Zweite. Ist es für den Kunden ein Nutzen, wenn er Fachböden und eine Leuchte im Schrank hat oder ist der Nutzen, dass er alle seine Bücher übersichtlich ordnen kann und durch die Leuchte kein Problem haben wird immer das richtige zu finden?

Entfernen Sie sich in Verkaufsgesprächen von Funktionsbeschreibungen und erklären Sie den Interessenten konkret, was sie davon haben bei Ihnen zu bestellen.

Wir Menschen reagieren nicht rational, sondern emotional. Vielleicht rechtfertigen Sie Ihre Entscheidungen im Nachhinein durch angeblich rationale Gründe, doch bei der eigentlichen Entschlussfindung spielt klares Denken meist eine untergeordnete Rolle. Sie sehen einen Einbauschränk, der Kunde sieht die Lösung eines Stauraumproblems. Sie sehen einen Kleiderlift, die Kundin sieht, dass Sie in Zukunft keinen Hocker mehr braucht um an Ihr Lieblingskleid zu kommen.

**Erkennen Sie den Nutzen des Kunden und Sie erkennen die Emotion, die ihn dazu bringt den Auftrag an Sie zu geben.**

## Online-Tipp #3



Die dritte Online-Plattform für Kunden und Interessenten, die wir vorstellen, sind **eBay Kleinanzeigen und vergleichbare Portale**. Oft ist es hier möglich nicht nur Dinge, sondern auch Dienstleistungen oder zukünftige individuell angepasste Produkte kostenlos anzubieten. Wer einen Schrank sucht schaut vielleicht auch nach Gebrauchten auf eBay Kleinanzeigen. Setzen Sie hier an. Zeigen Sie hier, dass Sie es wert sind, dass der Kunde sich weiter mit Ihnen beschäftigt!

Portale mit Reichweite in Deutschland: **eBay Kleinanzeigen, eBay, Shpock, markt.de, ...**

### **Vorteile:**

Sie können über den Standort in Ihrer Region gefunden werden und Preise auf Verhandlungsbasis angeben. Auch ist es möglich direkt auf die Website oder den Kontakt zu verweisen und Vorteile herauszuarbeiten.

### **Wichtig:**

1. Versehen Sie die Beschreibung mit allen wichtigen Begriffen, damit Sie auch gefunden werden! Kein Kunde wird auf der Suche nach einem gebrauchten Schrank "Schreiner" eingeben. Definieren Sie auch hier klar wer Ihr Kunde ist. Erstellen Sie einen Avatar von dem Kunden, der zwar auf diesen Portalen schaut aber trotzdem bereit ist bei Ihnen zu bestellen. Nun sprechen Sie diesen Avatar direkt an!

2. Bilder und Videos in guter Qualität, die dem Kunden direkt die Angst nehmen. Arbeiten Sie mit Referenzen!

## Offline-Tipp #3

Die Offline-Werbemethode, mit der wir uns diese Woche auseinandersetzen ist **der Showroom**. Auch wenn ein Showroom an sich meist eine **kostspielige Investition** ist, so hat er doch den Reiz, dass Sie hier ausstellen können, zu was Sie in der Lage sind. Kunden können im Möbelhaus alles anfassen und testen - zeigen Sie Ihnen hier den Qualitätsunterschied!

### 1. Vorteile

Ein Showroom kann genau das aufzeigen, was Sie als Schreinereibetrieb von einem 08/15 Möbelhaus unterscheidet. Zeigen Sie hier, warum es sich lohnt sich individuell angepasste Möbel zu kaufen! Qualität. Materialien. Geruch von Holz. Farbe mit Kraft. Sie wissen aus Ihren Erfahrungen, was Ihre Kunden wollen, auf was sie anspringen. Nutzen Sie dieses Wissen um ihnen die Angst zu nehmen!

### 2. TrunAPP/TrunSHOP nutzen

Um die Individualität Ihrer Arbeit zu unterstreichen stellen Sie doch ein Tablett oder einen großen Touch-Bildschirm aus, auf dem der Interessent mit der TrunAPP/TrunSHOP zeichnen kann, damit er merkt wie simpel es für Ihn ist hier genau das zu bekommen, was er sich vorstellt. **Die TrunAPP/TrunSHOP erleichtert Ihnen hierbei die Kommunikation und führt beim Kunden dazu, dass er sich wirklich verstanden fühlt.**



# Bonus-Tipp #3

Der Mensch braucht 5-6 Erinnerungen, um etwas zu kaufen. Wie wir bereits gelernt haben ist **verkaufen eine emotionale Entscheidung**. Bauen Sie also eine **Beziehung zu dem Kunden** auf, verstehen Sie seine Probleme und geben Sie ihm den Freiraum seine Entscheidungen zu bedenken.

ABER: Geben Sie ihn nicht auf und vertrauen Sie nicht blind drauf, dass er sich entscheidet.

## Den richtigen Mittelweg finden:

Der Kunde verlässt Ihr Geschäft, holt sich noch 3 andere Angebote ein und nimmt sich eine Woche zum Überlegen. Weiß er jetzt noch was genau er wo gesehen hat? Nein. Er wird sich an die Personen und Emotionen erinnern. Eventuell noch daran, was er für Vorteile gesehen hat, die er bei anderen nicht finden konnte.

## Dem Vergessen entgegenwirken:

Darum melden Sie sich bei dem Kunden. Aber wann?

Spätestens nach einer Woche, bei akuter Kaufentscheidung.

Spätestens nach 2 Wochen, bei klarem Interesse, aber bestehen darauf, dass er noch Zeit braucht.

Spätestens nach 8 Wochen, bei der Aussage, dass er sich er mal nur informieren möchte.

So bleiben Sie im Gespräch und im Gedächtnis. Wichtig dabei ist, dass Sie Ihn bei den Gesprächen nicht in eine Richtung drängen, sondern sich **mit ehrlichem Interesse über den Stand der Dinge erkundigen** und Ihm bei Bedarf ein neues Angebot machen.



# Online-Tipp #4

Die vierte Online-Plattform für Kunden und Interessenten, die wir vorstellen, ist **Instagram**. Auf Instagram haben Sie die Möglichkeit **Bilder von erfolgreichen Objekten** einer Menge an Personen zu präsentieren, die Sie auf keiner anderen Plattform erreichen können. Nur auf Instagram hat **jeder Betrieb die Chance durch besondere, hochwertige, aufregende Posts** ohne große Werbeausgaben Reichweite und Erfolg zu generieren!

## Warum Instagram:

Bilder, die überzeugen, haben hier ohne Barriere eine Chance gefunden und verbreitet zu werden. Auf keiner anderen Plattform interagieren, posten, reposten und kommentieren die Leute so viel, wie auf Instagram. Jeder Betrieb kann sich hier präsentieren und so Anfragen generieren.

## Wie Instagram einsetzen:

1. Wählen Sie einen passenden, einfach zu merkenden Nutzernamen
2. Geben Sie Ort und Kontaktdaten an, damit Sie gefunden und kontaktiert werden können
3. Finden Sie heraus, welche Hashtags (#) in Ihrer Branche häufig genutzt werden und Reichweite generieren
4. Nutzen Sie Hashtags, die die Personen zum Mitmachen und Reagieren animieren
5. Interagieren Sie auch mit anderen Unternehmen aus der selben Branche
6. Posten Sie REGELMÄßIG HOCHQUALITÄTIVE BILDER (nicht perfekt vom Fotografen, aber ansprechende und schöne Bilder mit dem Handy) - hier haben verwackelte Schnappschüsse keine Chance!

# Offline-Tipp #4

Gewinnspiele können Sie eine Menge Geld kosten, oder Ihnen eine Menge Geld einbringen.

Wie gestalten Sie also ein Gewinnspiel **attraktiv für den Kunden und gewinnbringend für Sie?**

1. Legen Sie den Anlass fest – Ein Anlass kann alles sein, was Sie sinnvoll begründen können. Jahrestag der Firma, Advent, Silvester, Geburtstage, etc...

2. Tun Sie anderen etwas Gutes – Schaffen Sie mit den Preisen einen Mehrwert für die Gewinner, also legen Sie Preise fest, die tatsächlich erstrebenswert für Ihre Interessenten sind.

3. Kalkulieren Sie die Möglichkeiten – Überlegen Sie realistisch, welche Reichweite Sie erreichen können und wie viele Teilnehmer Sie finden können. Das Gewinnspiel muss sich durch die erreichte Werbung, Folgeaufträge und Einnahmen aus Verkäufen durch das Gewinnspiel rechnen.

4. Legen Sie die Preise fest – Als mittelständisches Schreinerunternehmen im Adventskalender einen Porsche 911 zu verlosen, wird sich wohl kaum rechnen. Auch den Gedanken aus Punkt 2 sollten Sie hier nochmal aufgreifen

5. Setzen Sie Limits – Bei Gewinnspielen wie Adventskalendern schaffen Sie Entscheidungsdruck durch Limits. Das Angebot gilt an exakt diesem Tag, nicht am nächsten und schon gar nicht nächste Woche.

6. Werben Sie für das Gewinnspiel – Kommunizieren Sie es nach außen. Desto mehr Reichweite Sie bekommen, desto schneller rechnet sich das Gewinnspiel für Sie. Bei größerer Reichweite können Sie größere Preise anbieten, die wieder zu mehr Reichweite führen.

7. Führen Sie es durch – Ein sehr banaler Punkt, allerdings schaffen Sie durch die Werbung und Ankündigung Erwartungen. Diesen Erwartungen müssen Sie nun auch gerecht werden. Ankündigen, auf Reichweite hoffen und dann das Gewinnspiel absagen kann negative Ergebnisse herbeiführen.

8. Veröffentlichen Sie die Ergebnisse – Veröffentlichen Sie die Gewinner, idealerweise mit Fotos, das senkt die Hemmschwelle von anderen Personen beim nächsten Mal am Gewinnspiel teilzunehmen.

# Bonus-Tipp #4

"Gott gab uns nur einen Mund, aber zwei Ohren, damit wir doppelt so viel zuhören, wie reden."

- Johann Wolfgang von Goethe

Den Kunden verstehen und seine Problematik in all Ihren Facetten ernst nehmen ist wichtig, das haben wir bereits in den bisherigen TrunNEWS gelernt. Auch, das wir dem Kunden Fragen stellen müssen, um den Problemen auf den Zahn zu fühlen und versteckte Wünsche und Motive zu erkennen müssen, sollte klar sein.

**Doch wie sieht es jetzt in der Praxis aus?**

**Wie verteilen sich die Redeanteile?**

**Wann darf ich dem Kunden über mich und die Leistungen meiner Firma erzählen?**

Die Faustregel hierzu lautet zwei Teile der Kunde, ein Teil Sie. Schließlich haben Sie nur einen Mund, aber 2 Ohren. Lassen Sie den Kunden mindestens doppelt so viel erzählen, wie Sie ihm erzählen. Erst nachdem Sie die verstecktesten Gründe für seine Anfrage herausgefunden haben und genau verstehen, wie Sie ihm optimal helfen können, fangen Sie an davon zu erzählen. Stellen Sie auch hier sicher, dass Sie immer wieder Rückfragen stellen, ob das so ist wie er sich das vorgestellt hat, bzw. ob es das ist, was er erwartet. Somit fühlt er sich bis zum Abschluss gut versorgt und individuell beraten.



# Online-Tipp #5

Die fünfte Online-Plattform für Kunden und Interessenten, die wir vorstellen, ist Houzz. Auf Houzz haben Sie die Möglichkeit Bilder von erfolgreichen Objekten einer Menge an Personen aus genau Ihrer Zielgruppe zu präsentieren. Diesen Zugang haben Sie auf keiner anderen Plattform. Auch hier gilt: besondere, hochwertige, aufregende Posts!

**"Houzz" selbst beschreibt sich als die führende Plattform für Designenthusiasten.**

Da die App in Amerika und englischsprachigen Gebieten schon verbreitet und etabliert ist, haben Sie noch die Chance einer der ersten Schreiner- und Tischlereibetriebe zu sein, die diese **App in Deutschland** erfolgreich nutzen. Hier können Sie präsentieren, was Sie können und was Ihre Spezialgebiete sind. Durch Aufmerksamkeit haben auch hier wieder die Chance Ihre Marke zu verbreiten und somit **Reichweite** zu generieren, als **moderner Schreinerbetrieb** aufzutreten und **Aufträge** zu bekommen.

## Offline-Tipp #5

Die Offline-Werbemethode, mit der wir uns diese Woche auseinandersetzen ist die klassische Visitenkarte. Jeder Betrieb hat Sie - jeder hat Sie schon mal zugesteckt bekommen. Was im ersten Moment einfach klingt bedarf einigen kleinen Tipps und Tricks, um nicht in ein Fettnäpfchen zu treten. Auch hier haben Sie eine "Plattform". Bieten Sie dem Interessenten etwas!

**Tipp 1: Visitenkarte mit klarer Struktur, die dem Empfänger zeigt was er zu tun hat.**

Visitenkarte richtig gestalten:

- 1. Inhalt:** Alle wichtigen Daten aus dem Impressum + Name des Ansprechpartners
- 2. Design:** Soll das Logo, die ID oder die Daten im Vordergrund stehen? Passen Sie dementsprechend die Größen und Farben an. bei den Farben gilt generell: Weniger ist mehr! Wenn Sie professionell auftreten wollen beschränken Sie sich auf die 2-3 Farben der Firma.
- 3. Format:** In der EU üblich: 85mm x 54mm
- 4. Schriftarten:** Bedenken Sie, dass die Schrift sehr klein gedruckt noch gut lesbar sein muss. Dabei eignen sich klassische Druckbuchstaben, generell ist von aufwendigen Schriftformen und Schreibschrift abzuraten.

**5. Rückseite:** Hier können Sie etwas hervorheben, dass besonders wichtig ist. Der perfekte Platz für einen QR-Code, oder das Logo. Wobei das Logo bereits auf der anderen Seite sichtbar sein sollte.

**6. Qualität:** Sparen Sie nicht bei der Papierqualität und der Veredelung. Viele Visitenkarten landen schnell im Müll, achten Sie auf eine Hochwertige Gestaltung und geben Sie ein paar Euro mehr für hohe Qualität aus, um im Gedächtnis der Interessenten zu bleiben.

## Bonus-Tipp #5

In den Zeiten des Internet und der akuten Reizüberflutung, der wir auf allen Kanälen zu jeder Tageszeit ausgesetzt sind, gibt es einen Tipp, der so bedeutend ist wie kein anderer, um Aufmerksamkeit zu erzeugen: **SEIEN SIE LAUT!**

Damit meinen wir **nicht** unkontrolliert überall zu posten und blind Aufmerksamkeit zu erregen, sondern auf den richtigen und wichtigen Kanälen gefunden zu werden. Verschiedene Kanäle haben wir Ihnen bereits vorgestellt: Facebook, Instagram, Houzz, etc. Andere Kanäle, vor Allem Unternehmensspezifische finden Sie über Ihre Netzwerke und Bekanntschaften. Bleiben Sie auf dem neusten Stand. Täglich bilden sich neue Plattformen. Zwar muss man nicht auf jeden neuen Trend aufspringen, aber es lohnt sich große Entwicklungen zu erkennen und sich damit zu beschäftigen.

Keiner kann sich vor der Online-Welt verstecken. Wer es versucht wird untergehen.

Es bilden sich nicht nur Möglichkeiten (MyHammer, etc.) Sondern auch Gefahren für das Schreinerhandwerk tun sich durch Massenfertigung, Onlinewarenhäuser und bequemes bestellen von daheim aus auf. Beschäftigen Sie sich also nicht mit den Dingen, die Sie nicht ändern können (Fortschritt, Entwicklung, Faulheit der Kunden), sondern passen Sie sich an und nutzen Sie die Chancen, die sich daraus ergeben.

**Also: Laut sein ja! Aber bleiben Sie professionell!**

# Online-Tipp #6

Die sechste Online-Plattform für Kunden und Interessenten, die wir vorstellen, ist häufig übersehen und die Wichtigkeit unterschätzt. Es handelt sich dabei um die eigene Website! Nirgends haben Sie die Chance so viel über sich preiszugeben, den Kunden so gezielt zu leiten und so viel gestalterische Freiheit wie hier. Dabei geht es bei einer Website nicht nur darum sich zu zeigen, sondern Kontakte und Aufträge zu generieren.

**Tipps, um nicht nur eine Website zu haben, sondern mit der Website Kunden zu generieren:**

- 1. "Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte".** Die Aufmerksamkeit der Leute, die Ihre Website besuchen ist begrenzt. Nutzen Sie also kurze Prägnante Texte und Bilder, um die Message zu vermitteln, die Sie erzeugen wollen.
- 2. "Referenzen nehmen Angst".** Arbeiten Sie mit Referenzen. Zeigen Sie abgeschlossene und aufgebaute Projekte. Am besten Erarbeiten Sie sich einen Stamm aus Ihren Arbeiten mit professionellen Fotos und positiven Feedbacks, die Ihr Leistungsspektrum repräsentieren.
- 3. "Website ist Werbung".** Hier ist der Ort, an dem Ihre Interessenten sich über Sie informieren werden. Was bieten Sie an. Können Sie das, was er erwartet? Zeigen Sie also was Sie haben. Präsentieren Sie Ihre Projekte. Am besten mit Bildern oder Videos, damit der Kunde genau weiß, was du leistest und was andere Kunden bekommen haben.
- 4. "Die Startseite entscheidet"** Achten Sie besonders bei der Startseite darauf professionell zu wirken und es der Person, die das erste Mal die Seite besucht alles direkt finden kann. Arbeiten Sie mit kurzen Sätzen und einfachen Begriffen.
- 5. Nur Anfragen zählen:** Egal wie viele Besucher Sie jeden Monat auf Ihrer Website haben, es werden immer nur die gewinnbringend für Sie sein, die eine Anfrage senden oder deren Kontaktdaten Sie auf eine andere Art und Weise bekommen. Denken Sie also über einen „Leadmagenten“ oder das System TrunSHOP nach. Hier bekommt der Kunde z.B. eine Checkliste „10 Punkte die Sie beim Kauf eines Dachschrägenschranks beachten müssen“ oder kann mit TrunSHOP direkt auf Ihrer Website seinen Schrank in 3D planen und Ihnen eine Anfrage senden.
- 6. "Weniger ist mehr":** Sehen Sie sich die Websites der großen Firmen (Apple & Co.) an. Hier liegt minimalistisches Design im Vordergrund. Wenig Text, große Schriftart, einfache Abstrahierte Bilder. Lenken Sie die Aufmerksamkeit des Kunden.

# Offline-Tipp #6

Die Offline-Werbemethode, mit der wir uns diese Woche auseinandersetzen ist Autowerbung. Gemeint ist damit keine komplexe automatisierte Online-Werbung, sondern der klassische Aufdruck auf Ihren Firmen-PKW, und Lieferwägen. Fallen Sie in Ihrer Region auf und machen Sie einen guten Eindruck und sich selbst einen Namen.

## Warum Autowerbung?

1. Die Personen, die Ihre Firmenwägen sehen sind die Personen, die in Ihrem Lieferradius wohnen.
2. Es ist kostengünstig.
3. Es ist einfach. Klebt es einmal müssen Sie sich um nichts weiter kümmern.
4. Es fällt auf!



## Wie sollte die Werbung aussehen?

1. Übersichtlich - die wichtigsten Informationen auf einen Blick.
2. So, dass jemand sich im Vorbeigehen alles merken kann. Weniger ist mehr!
3. Ob kompletter Wagen oder nur ein Teil hängt von Ihren Zielen und Präferenzen ab.
4. Farblich! Erzeugen Sie Aufmerksamkeit mit auffälligen Farben, die aber nicht kitschig oder übertrieben wirken.
5. Große Werbefläche nutzen! Besonders Lieferwägen haben eine große Werbefläche zu Verfügung.

# Bonus-Tipp #6

Reichweite auf allen Kanälen ist entscheidend, um Ihr Publikum zu erreichen. Sie sind sich bewusst wer genau Ihr Kunde ist und Sie können genau einschätzen, was er macht, was er will, wie er sich verhält? Dann starten Sie eine Kampagne um diese Personen zu erreichen. **Die Lösung lautet Guerilla Marketing!**

Kostengünstige und Reichweitenstarke Werbung verspricht Guerilla Marketing - Klingt zu schön, um wahr zu sein?

Das Prinzip, bzw. die Idee hinter Guerilla Marketing ist es, einen "Virealen Hit" (Ein Video/Bild) zu landen, das von der Community selbst durch alle sozialen Medien geteilt wird. Dadurch entstehen für Sie aus der Aufnahme keine Kosten. Es muss nicht immer der Weltweite Hit mit Millionen von Aufrufen sein, auch ein lokaler Trend kann Ihnen Aufmerksamkeit und damit neue Kunden verschaffen.

Was gilt es zu beachten?

**Regel #1: Seien Sie kreativ!** Das Internet ist überflutet mit Reizen und keiner wird offensichtliche Werbung teilen, aber eine gut versteckte Botschaft hinter einem lustigen Video mit einer Message, die jeden etwas angeht? Das teilen die Personen (und Kunden) gerne.

**Regel #2: Ansonsten sind Ihrem Vorstellungsvermögen keine Grenzen gesetzt.**

# Online-Tipp #7

Die siebte Online-Plattform für Kunden und Interessenten, die wir vorstellen, ist **YouTube**. Häufig übersehen, aber ein Medium mit Potential! Hier können Sie durch verschiedenste Videos Aufmerksamkeit und Reichweite bekommen. Und das Beste: Es ist ein persönlicher Auftritt, der Ihnen zu mehr Sympathie und besserer Kundenkommunikation verhilft.

Gerade als Handwerker haben Sie auf YouTube ein breites Publikum und eine große Nachfrage nach Videos. Ein kleiner "How To" Workshop oder immer wieder nützliche Tipps aus der Schreinerwerkstatt führt dazu, dass Sie gesehen werden. Der große Vorteil? Sie sind keine gesichtslose Firma, sondern können durch Ihr Auftreten, Ihre Art und Ihre Professionalität überzeugen.

**Einen Versuch ist es wert.**

Zeigen Sie, wie Sie (z.B.) mit der TrunAPP arbeiten, zeigen Sie Einblicke in das Alltagsgeschäft, zufriedene Kunden, und vieles mehr! Auch hier sind Ihrer Fantasie keine Grenzen gesetzt. Es gilt: Alles was die Zielgruppe anspricht und die Message, die Sie verbreiten wollen kommuniziert funktioniert!

## Offline-Tipp #7

Die Offline-Werbemethode, mit der wir uns diese Woche auseinandersetzen ist Fernsehwerbung. "Dafür bin ich nicht groß genug." "Das ist doch viel zu teuer." - sind häufige Antworten. Vielleicht mag das für Pro7 und Sat1 zutreffen, aber TV-Werbung, gerade in regionalen Sendern, kann weniger kostenintensiv sein und eine interessante Zielgruppe ansprechen, wenn Sie es richtig machen.

➤ [Zum RegioTV Werbespot der Firma wirth-bucher](#)

# Bonus-Tipp #7

**"Der, der am Meisten ausgeben kann um einen Kunden zu akquirieren gewinnt!"**

Um zu verstehen, wie das helfen kann mehr Umsatz und mehr Gewinn zu generieren muss man zunächst verstehen, was damit gemeint ist.

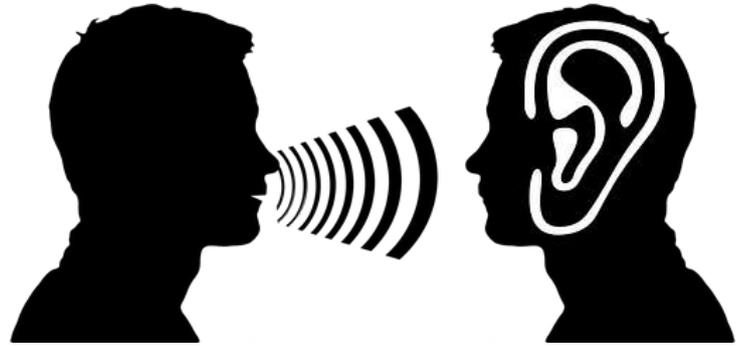
Am einfachsten zu erklären ist es an einem Beispiel: In der Online- sowie der Offline-Werbung wird **Geld investiert, um Kunden zu gewinnen**. - So weit so klar. Der Schlüssel, um mit diesem System erfolgreich zu werden ist dieser: Es zählt nicht nur, ob wir einen Kunden durch die Werbung gewinnen, **sondern wie viel uns der Kunde einbringt**, den wir gewonnen haben. Also die Einnahmen pro € Ausgaben.

Wenn Sie also 5000€ in Facebook Werbung investieren klingt das im ersten Moment nach viel Geld, wenn Sie allerdings dadurch 1.000.000 Personen in Ihrer Umgebung erreichen, von denen 20 sich entscheiden zu kaufen, weil Ihre Website schön ist, Sie etwas geboten bekommen, das Sie sonst nirgends bekommen (TrunAPP/TrunSHOP), Ihr Online-Auftritt überzeugt o.Ä., so hat es sich bei 1000€ Gewinn pro Person bereits 4-Fach gerechnet und Sie haben einen **Gewinn von 15.000€** "generiert".

Und hier liegt das wahre Geheimnis. Optimieren Sie nicht die Werbeausgaben, optimieren Sie nicht wie viele Personen Sie erreichen. Schauen Sie, wie Sie **DIE RICHTIGEN** Leute zum **RICHTIGEN** Zeitpunkt finden und wie Sie pro Kunde das Maximum an Gewinn generieren (Hierbei auch hilfreich unser Newsletter "[Der moderne Schreiner - Verkauf, Management und Effizienz im Schreinerhandwerk](#)"). Wenn Sie also für 1 Euro (Investition) - 4 Euro zurückbekommen ist es regulierbar und Sie können die Werbemaßnahmen auf die Kapazitäten der Produktion anpassen und regulieren.

## Was Sie dafür benötigen:

- Einen durchgängigen Online- / Offline-Auftritt
- Geschultes Verkaufspersonal
- Marketing Basics
- Die wichtigsten Kennzahlen
- Upsell Techniken (€/Kunde optimieren)
- Produktionskapazitäten
- Die MOTIVATION dazu, sich mit neuen Chancen auseinanderzusetzen
- Das ENGAGEMENT nicht nur zu planen, sondern es durchzuziehen
- Risikobereitschaft (Marketing ist ein Lernprozess)



## War das interessant für Dich?

Viele weitere spannende Ideen, Ansätze und Tipps findest du in unserem E-Mail Newsletter „Der moderne Schreiner“. Dort bekommst du alle zwei Wochen eine E-Mail mit einem Effizienz-, einem Verkaufs- und einem Managementtipp. Und das Beste daran: **Es ist für Dich komplett kostenlos!**

[KLICKE DAZU HIER](#)

Willkommen auf Ihrem Weg zum  
modernen Handwerksbetrieb



Noch Fragen? Anregungen? Interesse? Melde Dich!



Yannick Ruschmeier

CMO (TrunCAD GmbH)

Kontakt: [yuschmeier@truncad.de](mailto:yuschmeier@truncad.de)

Impressum

TrunCAD GmbH

Stegmühlenweg 1

D-88131 Lindau

Fon: +49(0)8382 98905-0

Internet: [www.truncad.de](http://www.truncad.de)

Amtsgericht HRB 10819 Kempten

Geschäftsführer: Frank Ruschmeier

Umsatzsteuer ID: DE 234 159 560

Datenschutzvereinbarung: <https://truncad.de/unternehmen/datenschutz.html>