

higgshub
precision in marketing



Online sichtbar lokal erfolgreich

Marketing-Essentials für Oberschleißheim






90%

der Verbraucher recherchieren online,
bevor sie einen Handwerker kontaktieren





Was Sie über lokale Suche wissen sollten

-  46% aller Google-Suchanfragen haben lokale Absicht
-  40% der Deutschen schließen Betriebe ohne Website aus
-  1,5 Mrd. "in meiner Nähe"-Suchanfragen pro Monat weltweit



Was Sie heute mitnehmen können

- 1 Die digitale Realität 2026
- 2 Die 3 Säulen erfolgreicher Kundengewinnung
- 3 Der Verkaufstrichter
- 4 Digitale Mitarbeitergewinnung
- 5 Künstliche Intelligenz im Marketing
- 6 3 sofort umsetzbare Maßnahmen



Die 3 Säulen erfolgreicher Kundengewinnung



Gefunden werden
Suchmaschinen



Vertrauen
aufbauen
Inhalte &
Bewertungen



Aktiv werben
Werbeanzeigen

Ihr Online-Marketing-System



Säule 1: Zwei Profile. Eine Entscheidung.

❌ Schlechtes Profil

The screenshot shows a Google Business Profile for 'GmbH' with a 3.5 star rating from 8 reviews. The profile is incomplete, with missing photos and a lack of detailed information. The reviews are sparse and do not provide a clear picture of the business's quality.

✅ Gutes Profil

The screenshot shows a well-maintained Google Business Profile for 'Malerbetrieb' with a 5.0 star rating from 62 reviews. The profile includes a clear business name, a detailed description of services, a complete list of opening hours, and a professional-looking photo of the interior. The profile is highly visible and informative.

The screenshot shows a positive customer review for 'Malerbetrieb' with a 5-star rating. The reviewer expresses their satisfaction with the service and the professionalism of the staff, highlighting the quality of the work and the responsiveness of the business.

The screenshot shows a negative customer review for 'GmbH' with a 1-star rating. The reviewer expresses their frustration with the lack of communication, delayed delivery, and poor customer service. They mention that they have written multiple emails without receiving any response, and they are disappointed with the overall experience.



Säule 1: Maßnahme zum sofort Umsetzen

Beitrag posten

Zeigen Sie, was Sie gerade machen. Ein aktuelles Projekt, ein saisonales Angebot oder ein kurzer Tipp. Ein Post pro Woche signalisiert Google:

Dieser Betrieb ist aktiv.

Fotos hochladen

Echte Bilder verkaufen mehr als Worte. Zeigen Sie Ihr Team, Ihre Arbeit, Ihr Fahrzeug.

Profile mit Fotos werden zu 42% häufiger angeklickt.

Bewertungen beantworten

Jede Antwort, egal, ob auf Lob oder Kritik, zeigt Kunden und Google: Hier ist jemand, dem sein Ruf wichtig ist.

Ignorierte Bewertungen sind verpasste Chancen.

**Auch KI-Suchmaschinen wie ChatGPT und Google AI greifen auf diese Daten zu.
Wer hier aktiv ist, bleibt sichtbar.**



40+

Google-Bewertungen braucht
ein Betrieb, um in Google oben bei
lokalen Suchanfragen anzutauchen

Ø Deutschland: 28 Bewertungen. Wer darüber liegt, hebt sich ab.



Säule 2: Inhalte schaffen Vertrauen



Bei Google gefunden werden

Regelmäßige Inhalte zu Ihren Leistungen und Themen machen Sie für Suchmaschinen sichtbar. Organisch und dauerhaft, ohne Werbebudget.



Vertrauen aufbauen

Wer nützliche Inhalte teilt, beweist Kompetenz. Ein potentieller Kunde, der Ihren Blog gelesen hat, kommt schon überzeugt zu Ihnen.



Als Fachbetrieb positionieren

Wer regelmäßig über seine Branchen schreibt, wird als Fachmann wahrgenommen. Nicht nur von Kunden, sondern auch von potentiellen Mitarbeitern.



higgshub Ratgeber

<https://www.higgshub-group.com/blog>



*Expertise sichtbar machen.
So machen wir es selbst.*

Achtung: Werberecht beachten. Keine übertriebenen Versprechen.



Säule 3: Zwei Arten zu werben

Push-Marketing

Ich bringe mein Angebot zu Menschen, die **noch nicht aktiv** danach suchen.

Zum Beispiel:

Eine Facebook-Anzeige für einen Reifenwechsel erscheint im Feed.

Der Nutzer hat nicht gesucht, aber das Angebot trifft ihn im richtigen Moment.

Ich komme zu meinem Kunden.

Pull-Marketing

Ich bin sichtbar, aber wenn jemand **aktiv** nach meinem Angebot sucht.

Zum Beispiel:

Ein Hausbesitzer googelt "Schlüsseldienst München 24h". Meine Google Werbeanzeige erscheint sofort ganz oben.

Mein Kunde kommt zu mir.

**Je nach Situation
manchmal beides**



Säule 3: Welche Plattform passt zu Ihnen?

Situation	Ziel	Plattform	Warum?
Akutes Problem / Notdienst (Schlüsseldienst, Heizungsausfall etc.)	Sofortanfragen	Google Werbeanzeigen	Pull-Marketing - Kunde sucht aktiv - Sie müssen da sein
Neue Kunden gewinnen, die noch nicht suchen (Gebäudereinigung, Hausmeisterservice etc.)	Reichweite & Anfragen	Facebook & Instagram Werbeanzeigen	Push-Marketing - Angebot kommt zum Kunden
Passendes Produkt/Dienstleistung, Saisonales Angebot (Reifenwechsel, Klimaanlage-Check etc.)	Maximale Wirkung	Google <u>und</u> Facebook/Instagram Werbeanzeigen	Pull-Marketing für aktiv Suchende + Push-Marketing zur Vorbereitung

Unsicher, was für Ihren Betrieb passt?
Genau das besprechen wir gerne - sprechen Sie mich heute Abend an.



20–30

zusätzliche Anfragen pro Monat

ab 500 € Werbebudget starten | 1–4 Wochen testen

Mit gutem Angebot, guten Anzeigen und klar festgelegter Zielgruppe

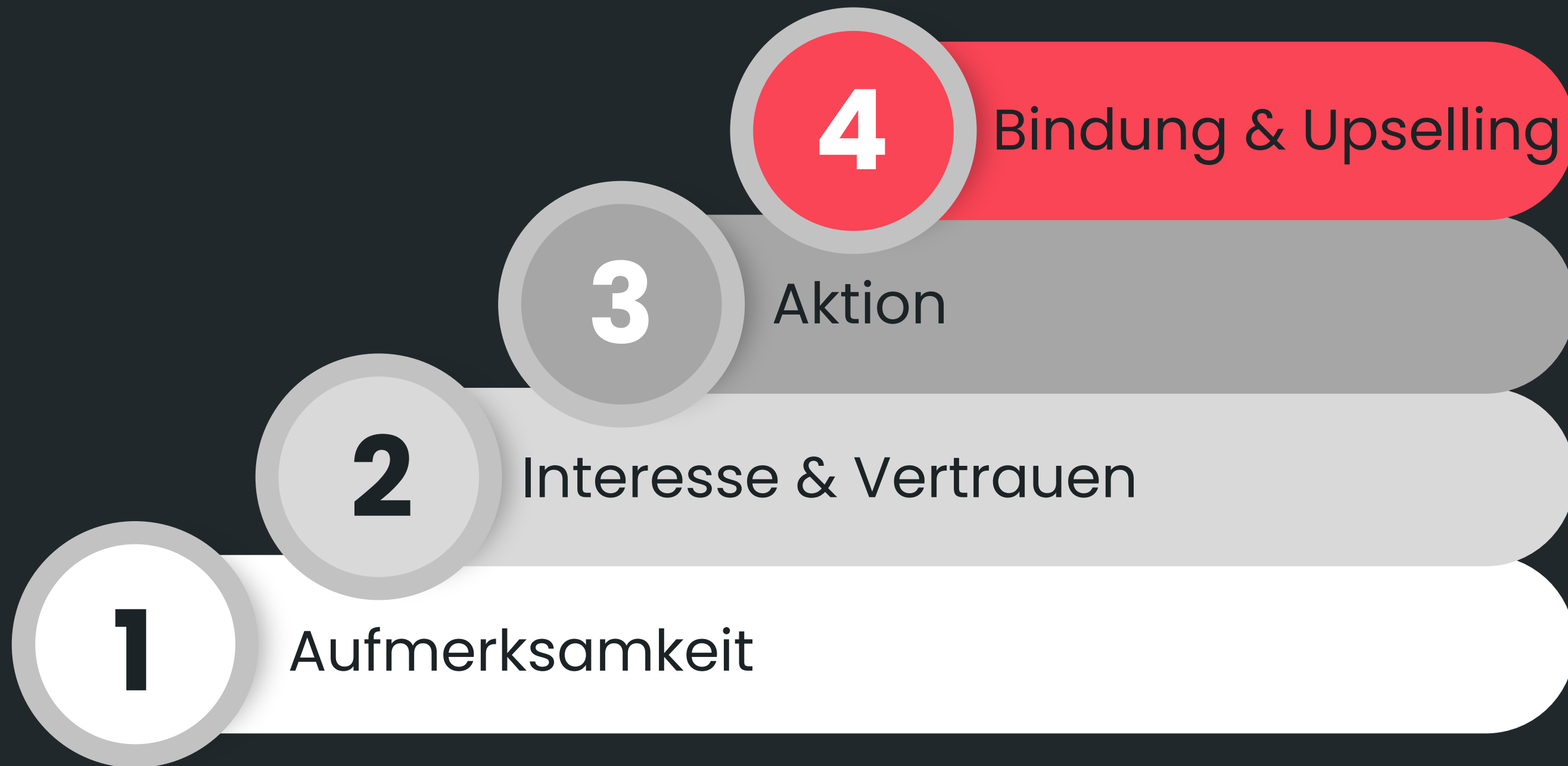


Der Weg vom Fremden zum Kunden





Von der Suche zum Stammkunden





Das System hinter dem Erfolg



Säule 1
bringt Kunden

Säule 2
hält Kunden

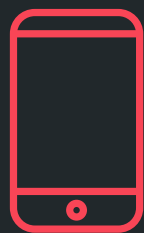
Säule 3
beschleunigt den Prozess



5-Minuten-Check: Ihre Website auf dem Handy

Testen Sie das heute Abend:

- Ist meine Telefonnummer auf jeder Seite sofort sichtbar – ohne scrollen?
- Lädt meine Website in unter 3 Sekunden?
- Kann ich das Kontaktformular oder den Anruf-Button mit einem Finger antippen, ohne zu zoomen?
- Sieht man innerhalb von 5 Sekunden, was ich anbiete und für wen ich da bin?
- Gibt es mindestens einen klaren Call-to-Action, z.B. „Jetzt anfragen“, „Termin buchen“ oder „Anrufen“?



Über 60% aller Website-Besuche kommen vom Smartphone.



Mitarbeiter gewinnen wie Kunden

Dieselben Prinzipien. Andere Zielgruppe.

250.000 offene Stellen im Handwerk allein.



Dieselben Prinzipien - andere Zielgruppe

Phase	Kundengewinnung	Mitarbeitergewinnung
Aufmerksamkeit	Google-Suche, Facebook Werbeanzeigen, Empfehlungen, Flyer	Instagram Videos, Facebook Werbeanzeigen, LinkedIn
Interesse & Vertrauen	Website, Google-Bewertungen, Blog, Referenzen	Karriereseite, Teamfotos, "Ein Tag bei uns"-Video, Plattformen wie kununu
Aktion	Anruf, Kontaktformular, WhatsApp, Terminbuchung	Bewerbung per Formular, WhatsApp-Direktkontakt
Bindung	Folgeauftrag, Upselling, Weiterempfehlung	Onboarding, Mitarbeiterzufriedenheit, Weiterempfehlung

Wer seinen Online-Auftritt für Kunden optimiert hat, kann ihn nahezu 1:1 für die Mitarbeitergewinnung nutzen.



Wo sind die besseren Kandidaten?

20–30%

Aktiv Suchende
auf Jobportalen erreichbar



70–80%

Passiv offen
über Social Media erreichbar



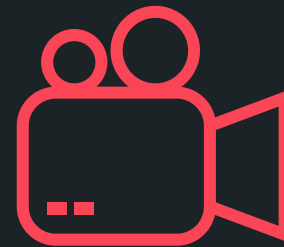
Authentizität schlägt Hochglanz

Menschen bewerben sich bei Menschen – nicht bei Logos



Instagram-Stories

Kurze, echte Einblicke in den Arbeitsalltag, ungefiltert und authentisch. Genau das, was Kandidaten sehen wollen.



Kurzvideos

“Ein Tag als Elektriker bei uns”
30 Sekunden, mit dem Handy gedreht. Kein Budget nötig. Aber enorme Wirkung.



Mitarbeiter erzählen lassen

Ein 30-Sekunden-Video mit echten Mitarbeitern schlägt jeden Hochglanz-Werbefilm.



Facebook Anzeigen Team-Fotos

Anzeigen mit echten Teamfotos statt Standardbildern wirken deutlich stärker. Authentizität kommt immer besser an.



Welche Plattform für welche Stelle?

Nicht auf Jobportale warten – aktiv die richtigen Menschen ansprechen

Stelle/Zielgruppe	Kandidatentyp	Plattform	Warum?
Handwerker, Fahrer, Servicepersonal	Passiv offen – nicht aktiv suchend	Meta Ads (Facebook & Instagram)	Größte Reichweite, präzises Targeting nach Alter, Region & Interessen
Führungskräfte & Spezialisten	Aktiv suchend & passiv offen	LinkedIn	Professionelles Netzwerk (Kandidaten erwarten hier Jobangebote)
Alle Stellen: passive Kandidaten erreichen	Passiv offen – im Job aber wechselbereit	Meta Ads (Push-Prinzip)	Jobportale erreichen diese Gruppe nicht – Social Media schon
Aktiv suchende abfangen	Aktiv auf Jobsuche	Google Jobs & Google Ads	Direkte Einbindung in Google-Suche

Meine Empfehlung für die meisten Betriebe hier im Raum: Starten Sie mit Meta.
Günstig, präzise – und Sie erreichen genau die, die Sie auf Jobportalen nie finden.



KI verändert die Spielregeln

So bereiten Sie sich vor.

Wer hat schon mal ein KI-Tool **beruflich** genutzt?



So hat sich die Suche verändert

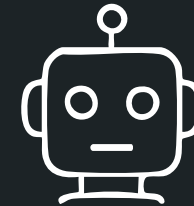
Was das für Ihren Betrieb bedeutet und was Sie jetzt tun können



Klassische Google-Suche

- Nutzer gibt Suchbegriff ein und bekommt eine **Liste mit Links**
- Er klickt auf einen Link und **landet auf einer Website**
- Sie haben die Chance, ihn zu **überzeugen und zu gewinnen**

Der Klick gehört Ihnen, wenn Sie sichtbar sind



KI-Suche heute

- Nutzer stellt eine Frage – die KI **beantwortet sie direkt** oben auf der Seite
- Der Nutzer bekommt die Information **ohne auf einen Link zu klicken**
- Ihre Website wird **übergangen** – obwohl Sie gut positioniert sind

Der Klick findet oft gar nicht mehr statt.

Websites verlieren durch KI-Suche bis zu 30% ihrer bisherigen Websitebesuche ohne dass die Betreiber etwas falsch gemacht haben






Neue Abkürzung - bekanntes Prinzip

Was sich verändert hat und was Sie bereits richtig machen

SEO

"Search Engine Optimization"

Ihre Website so gestalten, dass Google sie versteht und bei passenden Suchanfragen weit oben anzeigt.

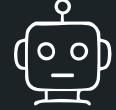
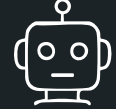
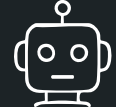
-  Klare Struktur & relevante Schlüsselwörter auf der Website
-  Schnelle Ladezeit & mobile Optimierung
-  Regelmäßige Inhalte & Verlinkungen aufbauen

Seit über 20 Jahren der Standard und weiterhin unverzichtbar.

GEO

"Generative Engine Optimization"

Ihre Inhalte so aufbereiten, dass KI-Systeme wie ChatGPT sie als vertrauenswürdige Quelle erkennen.

-  Klare, strukturierte Antworten auf häufige Fragen
-  Expertise sichtbar machen durch Blogbeiträge und Fachartikel
-  Vertrauenswürdige Quellen & kompetenter Website-Auftritt

Neu, aber aufbauend auf allem, was bereits funktioniert

basiert auf

Gutes SEO ist die Basis für GEO.

Wer heute in SEO investiert, ist morgen auch in der KI-Suche sichtbar.



KI in Ihrem Betrieb - 3 Einsatzbereiche

Kein großes Budget. Kein IT-Studium. Einfach ausprobieren.

Texte & Inhalte

Angebotstexte,
Social-Media-Posts,
Google-Profilbeschreibungen.
KI liefert einen starken Rohling
in Sekunden.
Sie geben ihm Ihre
persönliche Handschrift.

Beispiel:

*“Schreib mir einen Instagram-
Post für meine Schlosserei über
unser neues Notdienst-Angebot.”*

Zielgruppenanalyse

KI hilft Ihnen, Ihre Kunden
besser zu verstehen.
Welche Fragen stellen sie?
Welche Sorgen haben sie?
Welche Sprache sprechen sie?

Beispiel:

*“Was sind die größten Sorgen
eines Hausbesitzers, der einen
Elektriker sucht?”*

Andere Blickwinkel

KI kann Ihre Website, Ihren
Werbetext oder Ihr Angebot
aus Sicht Ihrer Zielgruppe
analysieren.
Was ist unklar?
Was ist zu technisch?
Was ist nicht überzeugend?

Beispiel:

*“Was könnte einen potentiellen
Kunden auf meiner Website
davon abhalten, mich
anzurufen?”*

Wer der KI ungenaue Aufgaben gibt, bekommt ungenaue Ergebnisse.
Wer sie präzise formuliert, bekommt echten Mehrwert.



KI ist ein Werkzeug Kein Autopilot

KI-generierte Inhalte ohne menschliche Kontrolle wirken schnell unpersönlich und können fehlerhaft sein.

Kein KI-System kennt Ihre Kunden, Ihre Geschichte, Ihre Werte.

**Und genau das ist Ihr Wettbewerbsvorteil
den keine KI ersetzen kann.**

Vielen Dank für Ihre Zeit!



Google Konto

Öffnen Sie Ihr Google-Unternehmensprofil und prüfen Sie: Sind Öffnungszeiten, Fotos und Beschreibung vollständig und aktuell? Das ist Ihre wichtigste halbe Stunde der Woche.

→ google.com/business aufrufen



Kunden ansprechen

Schreiben Sie noch heute 3 bis 5 zufriedenen Kunden eine kurze Nachricht – per WhatsApp, SMS oder Mail. Direktlink zum Bewertungsprofil mitschicken. Die meisten bewerten gerne. Sie werden nur nie gefragt.

→ **Direktlink: Google Profil** → „Bewertungen erhalten“



Mobile Website

Schauen Sie Ihre Website mit den Augen eines Fremden an. Ist die Telefonnummer sofort sichtbar? Lädt die Seite schnell? Ist der Kontakt-Button mit einem Finger bedienbar? 5 Minuten, die sich lohnen.

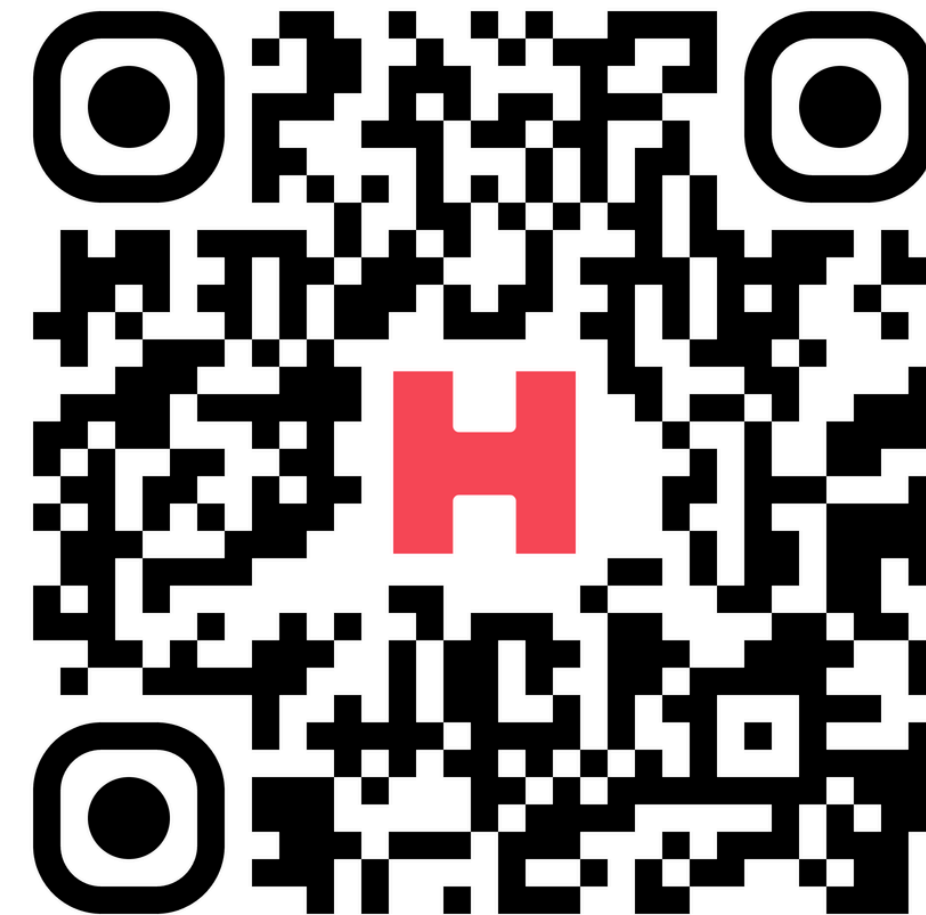
→ **Smartphone nehmen jetzt gleich**

André Herrmann

Gründer & Geschäftsführer [higgshub GmbH](https://higgshub.com)

- higgshub-group.com
- higgshub-group.com/blog
- andre.herrmann@higgshub-group.com
- +49 89 62 82 81 70
- www.linkedin.com/in/andre-herrmann-higgshub

Präsentation herunterladen



Bei Bedarf gerne Gespräch buchen