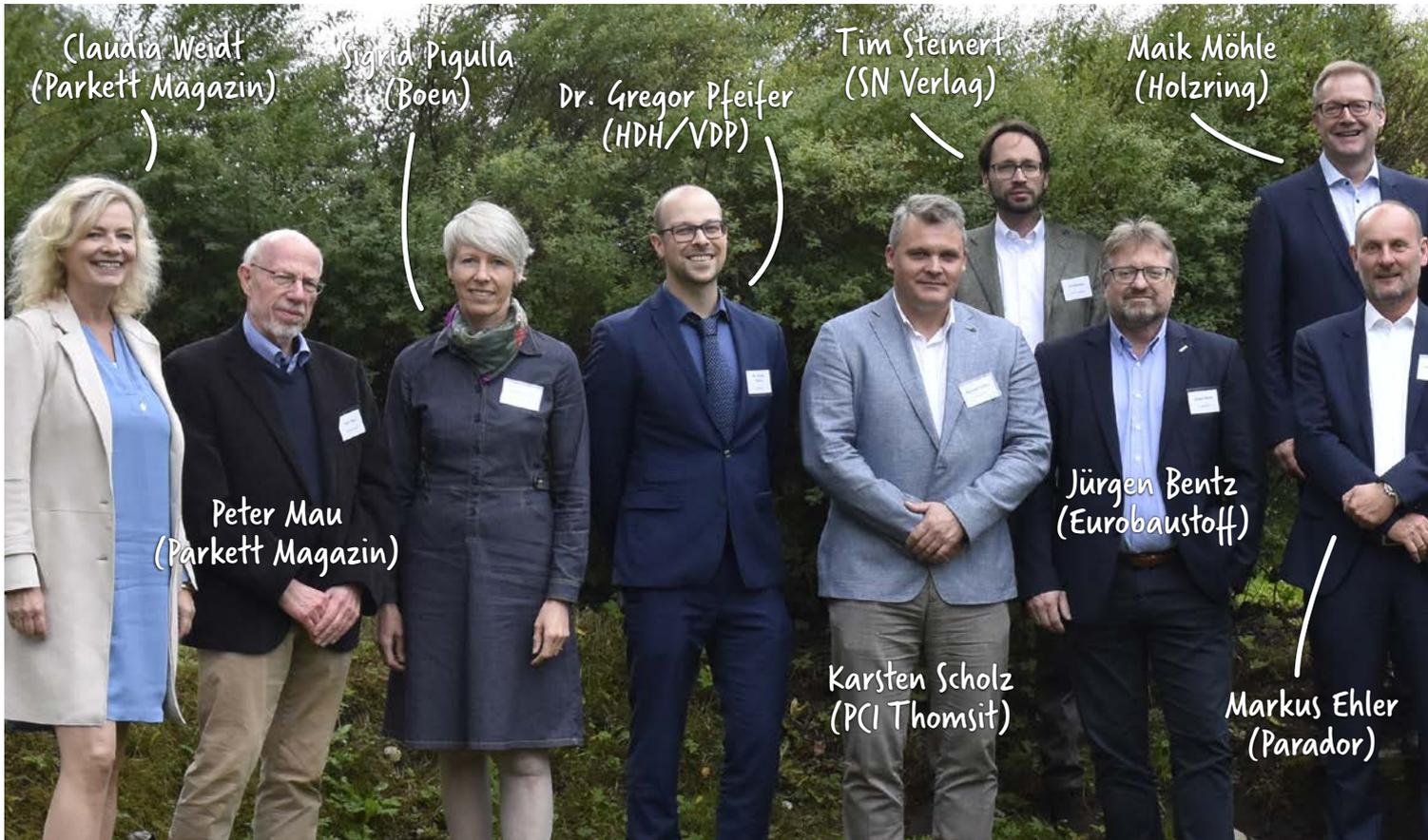


Parkett Star 2022



**Die besten
Fachgeschäfte
Konzepte
Marketing
Präsentation**

Parkett Star 2022



Die Sponsoren

AMORIM
CORK
FLOORING

www.amorim-deutschland.de

Bona[®]

www.bona.de

 **BOEN**

YOUR STYLE · YOUR FLOOR

www.boen.de

 **JORDAN**
Qualität & Service seit 1919

www.joka.de

MEISTER

www.meister.com

PARADOR

www.parador.de

 **Prinz**

www.carlprinz.de

tilo

www.tilo.com

Die Jury



www.domotex.de



www.eurobaustoff.de



www.holzland.com



www.pallmann.net



...in form und farbe

www.osmo.de



www.thomsit.de



www.thede-witte.de



www.uzin.de

Digitales Marketing ist Chefsache

Fussboden Bauer steht für kontinuierliche Weiterentwicklung. Ob in der Ausstellung, in der Kundenberatung oder in der technischen Ausstattung – der Parkettlegermeister Klaus Bauer spürt immer wieder Optimierungspotenzial auf. Sein jüngstes Projekt, die Neukonzeption der Internetpräsenz nach zeitgemäßen Standards des digitalen Marketings, wird mit Parkett Star Nr. 7 prämiert.



Die neue Homepage wurde zum Familienprojekt: Klaus Bauer, sein Bruder Christoph und seine beiden Kinder Anne und Felix (v.r.n.l.).

kischen Rhön nicht nur bei der täglichen Kundenberatung, sie zielt dank direkter Einbindung in die sozialen Medien auch auf Kundengewinnung und Mitarbeiterrecruiting. Über zeitgemäße technische Standards wie intuitive Benutzerführung, responsives Webdesign und neueste Google-Updates hinaus überzeugt der Auftritt mit einer persönlichen, vertrauensschaffenden Ansprache sowie mit ständigen Aktualisierungen und Aktionen. „Früher wurde eine Homepage einmal erstellt, und dann nicht viel daran gemacht, höchstens hier und da mal eine News oder ein Bild geändert“, erklärt Klaus Bauer, der nicht zum ersten Mal einen Preis für einen professionellen Internetauftritt bekommen hat. „Heute spricht man User anders an. Viele kommen über mobile Geräte auf die Homepage und wollen dort nicht immer dasselbe sehen.“ Deswegen muss auf der Seite immer wieder etwas passieren.

„Social Media ist eine eigene Welt für sich“

Zum Aufbau und zur Struktur der neuen Homepage haben sich Klaus Bauer und sein Team im Vorfeld viele Gedanken gemacht. Der Geschäftsführer selbst eignete sich die Grundlagen des digitalen Marketing inklusive Einbindung in soziale Netzwerke und zeitgemäßes Webdesign in einem einwöchigen Seminar an. „Social Media ist eine eigene Welt für sich, es kann nicht schaden, auch als Handwerker ein bisschen Ahnung davon zu haben“, sagt der Parkettlegermeister. Im Internet gebe es inzwischen sehr viele Mechanismen, über die geworben und verkauft werden kann – die Kunst bestehe darin, die richtigen Weichen zu stellen.

Für die Startseite wurden daher zunächst drei Kernziele definiert. Erstens: Vertrauen schaffen durch persönliche Ansprache und prominent platzierte Hinweise auf die vorhandene handwerkliche Expertise. Zweitens: Aktualität zeigen mit der direkten Einbindung in Social Media-

Klaus Bauer begeistert sich nicht nur für edle Holzböden, er hegt auch ein Faible für digitale Technologien zur Unterstützung in der Kundenberatung. In seiner „Welt der Böden“ haben zeitgemäße Features wie QR-Codierung oder Virtual Reality längst Einzug gehalten. Der 54-Jährige entwickelt den 1963 von seinem Vater gegründeten Handwerksbetrieb seit vielen Jahren kontinuierlich weiter, mittlerweile auch zusammen mit seinem Sohn Felix, der mit gleicher Freude am Handwerk in dem Familienunternehmen Verantwortung trägt. Zahlreiche Auszeichnungen für erfolgreich umgesetzte Ideen und besondere Leistungen belegen das Engagement – jüngst hinzu gekommen ist der inzwischen siebte Parkett Star in der Kategorie digitales Marketing für den Relaunch der Internetpräsenz „die-welt-der-böden.de“.

Die im Frühjahr 2021 neu aufgesetzte Homepage unterstützt den Fachbetrieb in der frän-





- 1] Die jüngere Generation im Internet zu erreichen, ist für Klaus Bauer auch für die Mitarbeitergewinnung ein wichtiges Anliegen.
- 2] Regelmäßig erweitert ein aktuelles „Objekt des Monats“ die Bildergalerie. Die Präsentation der Referenzen hat die Verweildauer auf der Homepage signifikant erhöht.

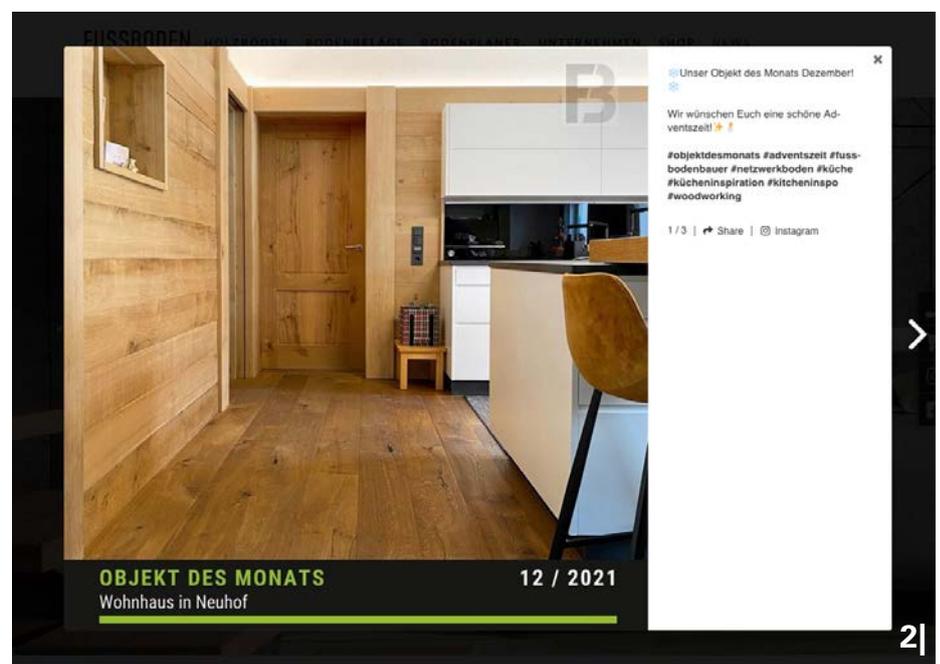
Kanäle wie Instagram. Und Drittens: Handlungsaufforderungen so platzieren, dass die User auf der Seite möglichst lange verweilen. Darüber hinaus beschleunigt die Direktwahl bestimmter Kategorien, zum Beispiel „Holzboden“ oder „Jobangebot“, die Kommunikation, und auf den ersten Blick sichtbare Footer ermöglichen schnellen Zugriff auf grundlegende Informationen, zum Beispiel zu Öffnungszeiten der Ausstellung oder zur Kontaktaufnahme.

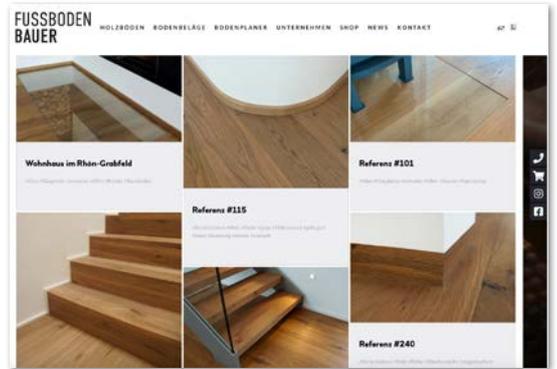
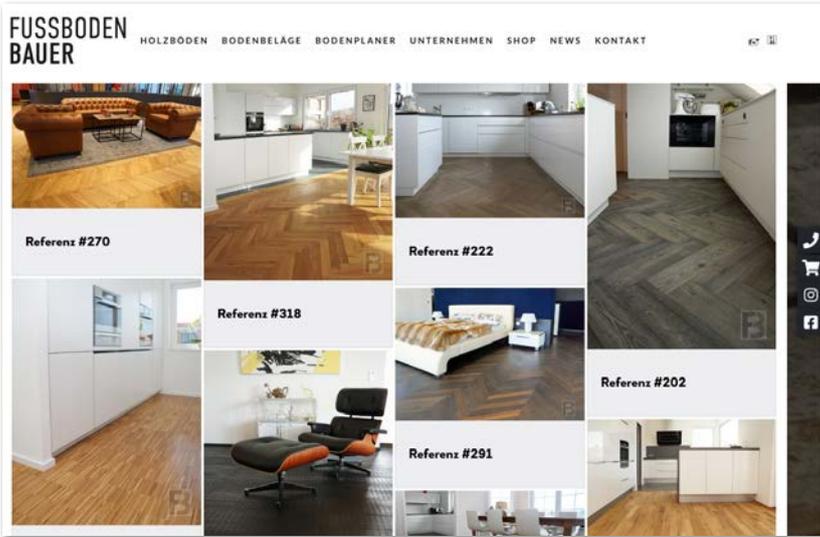
Selbst fotografierte Referenzen schaffen Vertrauen

Alle Beiträge in den sozialen Netzwerken werden direkt auf der Website angezeigt: Die News kommen automatisch vom Instagram-Kanal, und alles was auf der Plattform gepostet wird, erscheint chronologisch geordnet umgehend im News-Bereich auf der Homepage des Verlegebetriebes. „Das spart Arbeit“, sagt Klaus Bauer. Die Rubrik „Objekt des Monats“ wurde einmal gestaltet, jetzt bestückt er sie mit eigenen Bildern von aktuellen Kundenprojekten selbst. „Mir war wichtig, die User emotional über Bilder abzuholen. Selbst fotografierte Referenzen von unserer Arbeit schaffen Vertrauen in unsere handwerkliche Expertise“, betont der Parkettfachmann.

Jeden Monat kommt ein aktuelles „Objekt des Monats“ in der Bildergalerie dazu. Die Präsentation der Referenzen hat die Besucherzahlen und vor allem die Verweildauer auf der Homepage signifikant erhöht. Die Referenzgalerien bieten dabei mehr als nur Inspi-

ration. Dank Suchfunktion können sie auch als Beratungstool genutzt werden. Bei der Entscheidungsfindung für einen Bodenbelag unterstützt darüber hinaus ein Bodenplaner, mit dem die Kunden ihre Räume selbst virtuell gestalten können. ➔





11

Fussboden Bauer in Kürze

Bauer GmbH & Co.
 Zum Schmelzhof 18
 97786 Motten-Kothen
 info@fussboden-bauer.de
 www.die-welt-der-boeden.de

Gründung: 1963
Geschäftsführer: Klaus Bauer
Mitarbeiter: 14
Auszubildende: 1
Verkaufsfläche: 200 m²
Relaunch Website: 2021

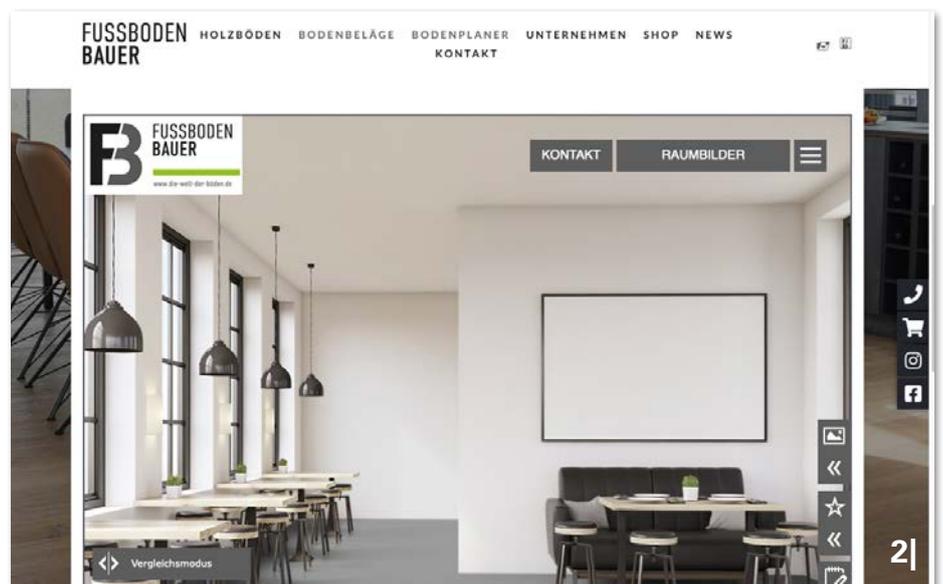
Soziale Netzwerke unterstützen auch beim Mitarbeiter-Recruiting

Mit der Einbindung in die sozialen Medien wurde die neue Homepage von Fussboden Bauer auch ein bisschen zu einem Familienprojekt. Klaus Bauer: „Ich gebe das Material vor, die Bilder und meine Gedanken dazu, und meine Tochter Anne setzt es dann auf Instagram und Facebook um und überlegt sich zudem gezielte Aktionen für die Plattformen.“ Die 21-jährige Umweltmanagement-Studentin hat im elterlichen Betrieb einen zeitlich und örtlich flexiblen Nebenjob gefunden, der ihr viel Spaß macht. Die junge Frau ist in der Instagram-Welt zuhause und weiß, mit welchen Aktionen und mit welcher Sprache sie für den Fachbetrieb Follower gewinnt und mit ihnen in Dialog bleibt.

- 1| Selbst fotografierte Referenzen schaffen Vertrauen in die handwerkliche Expertise von Fussboden Bauer.
- 2| Mittels Bodenplaner können potenzielle Kunden ihre Räume selbst virtuell gestalten.

Gerade die jüngere Generation via Instagram oder Facebook zu erreichen, ist für Klaus Bauer nicht zuletzt auch für die Mitarbeitergewinnung ein wichtiges Anliegen: „Als Entscheidungskriterium für einen Arbeitgeber nimmt die eine oder andere potentielle gute Fachkraft die Präsenz eines Unternehmens im Internet heute ebenso wahr, wie den Betrieb mit seinem gesamten Umfeld vor Ort.“

Imke Laurinat



21