Elite AI

Praxisleitfaden für kleine und mittlere Unternehmen

Ihr Betrieb kann rund um die Uhr arbeiten

Wie eine durchdachte Online-Präsenz neue Kunden bringt, Zeit spart und den Umsatz steigert

Elite AI — Krzysztof Fedunkiw

elite-ai.eu

Inhalt

1. Ihr Betrieb kann hervorragend sein – und trotzdem Kunden verlieren
2. Erkennen Sie Ihren Betrieb wieder?
3. Wie entscheidet sich ein Kunde für einen Betrieb?
4. Eine Website, die rund um die Uhr für Sie arbeitet
5. E-Book und Social Media, die Kunden gewinnen
6. Formulare, Verkaufstrichter und Apps
7. CRM – Ordnung in den Kundenbeziehungen
8. Wenn die Werkzeuge zusammenspielen

Einführung

1. Ihr Betrieb kann hervorragend sein – und trotzdem Kunden verlieren

Kunden sehen Ihre Erfahrung erst, wenn sie Sie im Internet finden. Website, soziale Netzwerke, E-Book, Kontaktformular und CRM können Kunden gewinnen und die Betreuung ordnen – auch dann, wenn Sie gerade Feierabend haben.

Dieser Leitfaden hilft Ihnen einzuschätzen, was Ihr Betrieb wirklich braucht und welchen Nutzen die passenden Werkzeuge bringen.

Bestandsaufnahme

2. Erkennen Sie Ihren Betrieb wieder?

Prüfen Sie, welche dieser Situationen auf Ihr Unternehmen zutreffen:

Sichtbarkeit Kunden finden den Betrieb im Internet nur mit Mühe.	**Website und Social Media** Die Website ist veraltet und wirkt am Handy unübersichtlich. Beiträge bringen keine Anfragen.
Immer dieselben Fragen Kunden stellen wieder und wieder dieselben Fragen.	**Unübersichtliche Kontakte** Kontakte, Nachrichten und Absprachen liegen an vielen Orten verteilt.
Vergessene Rückrufe Es kommt vor, dass eine Nachfrage beim Kunden untergeht.	**Buchungen nur telefonisch** Die meisten Termine und Absprachen laufen ausschließlich über das Telefon.
Kein klarer nächster Schritt Der Kunde weiß nach dem Blick auf das Angebot nicht, was er tun soll.	

Wenn Sie mehrere Punkte wiedererkennen: einen Teil dieser wiederkehrenden Arbeit kann ein gut geplantes Online-System übernehmen.

Kundenreise

3. Wie entscheidet sich ein Kunde für einen Betrieb?

Bevor ein Kunde anruft, prüft er den Betrieb bei Google, auf Facebook oder auf der Website. Er vergleicht Leistungen, Auftritt, Bewertungen und wie einfach die Kontaktaufnahme ist. Findet er die nötigen Informationen nicht oder wirkt die Seite unseriös, wählt er die Konkurrenz – selbst wenn Ihr Angebot besser ist.

Bedarf Der Kunde erkennt sein Problem.	**Suche** Er prüft Google und Facebook.
Erster Eindruck Bewertung von Website und Auftritt.	**Vertrauen** Bewertungen und Transparenz.

Die Entscheidung des Kunden fällt oft schon vor dem ersten Gespräch.

Website

4. Eine Website, die rund um die Uhr für Sie arbeitet

Eine professionelle Website erklärt, was der Betrieb macht, wem er hilft und wie man ihn erreicht. Gut aufgebaut beantwortet sie Fragen und führt den Kunden zur Handlung.

Glaubwürdigkeit Mehr Vertrauen bei neuen Kunden.	**Rund um die Uhr** Das Angebot ist 24/7 sichtbar.
Weniger Telefonate Anfragen kommen strukturiert an.	**Ein Ort** Alle Aktivitäten laufen zusammen.

Eine gute Website informiert nicht nur. Sie führt den Kunden zum nächsten Schritt.

Inhalte

5. E-Book und Social Media, die Kunden gewinnen

Nicht jeder Kunde ist sofort bereit zu kaufen. Ein E-Book zeigt das Fachwissen des Betriebs und bereitet die Entscheidung vor. Auch Beiträge brauchen ein Ziel – sie sollen zur Kontaktaufnahme führen.

Kfz-Werkstatt „7 Anzeichen, dass Ihr Auto in die Werkstatt gehört“	**Restaurant** „Leitfaden für die perfekte Familienfeier“
Steuerbüro „Die häufigsten Fehler von Gründern“	**Handwerksbetrieb** „So bereiten Sie Ihre Wohnung auf die Renovierung vor“

Zuerst geben Sie dem Kunden echten Nutzen, dann zeigen Sie den nächsten Schritt. Jeder Beitrag sollte den Weg zum Kontakt öffnen.

Konversion

6. Formulare, Verkaufstrichter und Apps

Ein Formular sammelt Informationen bereits vor dem Gespräch. Ein Verkaufstrichter führt den Kunden vom Interesse zur Anfrage oder zum Kauf. Eine App lohnt sich, wenn sie wiederkehrende Abläufe vereinfacht.

Bessere Anfragen Weniger Zufallskontakte, schnellere Bearbeitung.	**Automatische Antwort** Der Kunde weiß, wie es weitergeht. Der Betrieb hat alle Daten.
App Buchungen, Benachrichtigungen, Status, Treueprogramm.	

Eine App sollte ein konkretes, wiederkehrendes Problem lösen – und nicht bloß ein Extra sein.

CRM

7. CRM – Ordnung in den Kundenbeziehungen

Ein CRM (System zur Verwaltung von Kundenbeziehungen) sammelt Informationen zu Kunden, Nachrichten, Angeboten und Terminen. Wichtige Daten bleiben nicht im Kopf oder im Notizbuch.

Kontakthistorie Alle Gespräche und Absprachen je Kunde nachvollziehbar.	**Erinnerungen und Termine** Keine Anfrage bleibt liegen.
Angebote und Zahlungen Klarer Überblick über alle Vorgänge.	**Herkunft der Anfragen** Sie sehen, welche Kanäle tatsächlich Kunden bringen.

Der wichtigste Nutzen: deutlich kleineres Risiko, einen Kunden durch eine fehlende Antwort oder einen vergessenen Rückruf zu verlieren.

Ergebnis

8. Wenn die Werkzeuge zusammenspielen

Der größte Nutzen entsteht, wenn Website, Social Media, Formular, E-Book und CRM ein gemeinsames System der Kundenbetreuung bilden. Kein Betrieb braucht alles gleichzeitig – beginnen Sie mit dem größten Engpass.

Vorher Informationen nur auf Facebook, Fragen ausschließlich telefonisch, Nachrichten über viele Kanäle, Termine handschriftlich notiert.	**Nach der Neuordnung** Die Website zeigt das Angebot, das E-Book beantwortet Fragen, das Formular sammelt Daten, das CRM speichert den Kontakt und erinnert.

Ziel ist nicht, den Menschen zu ersetzen, sondern Chaos zu reduzieren und dem Kunden den Kontakt zum Betrieb zu erleichtern.

Modellbeispiel – keine Beschreibung eines konkreten Kunden und keine Ergebnisgarantie.

Kontakt

Elite AI — Krzysztof Fedunkiw

E-Mail: krzysztof74@poczta.onet.pl Web: https://elite-ai.eu/de

Prüfen Sie das Potenzial Ihres Betriebs

Sie wissen jetzt, was Technologie ermöglicht.
Beantworten Sie 7 kurze Fragen und erkennen Sie,
welche Bereiche Ihres Betriebs sich verbessern lassen.
Kostenloser Mini-Check von Elite AI — Ergebnis per E-Mail.

ZUM MINI-CHECK

https://elite-ai.eu/de/mini-audyt

Der Fragebogen ist derzeit auf Polnisch verfügbar.