felixbeilharz

Viel Erfolg beim Umsetzen!



UZIN NEXT LEVEL 2.0 · DINKELSBÜHL 2026 · DEIN SPICKZETTEL ZUM VORTRAG

Digitales Marketing fürs Handwerk

Die 20 % der Maßnahmen, die sich wirklich lohnen, und wie du sie umsetzt

Status quo So suchen deine Kunden heute

45 %
suchen lokale Betriebe inzwischen per KI wie ChatGPT oder Gemini. 2025 waren es 6 %.

88 %
der KI-Nutzer prüfen die Empfehlung danach gegen echte Bewertungen.

84 %
der Besuche im Google-Profil kommen über allgemeine Suchbegriffe, nicht über den Firmennamen.

40 %
der Quellen in Googles KI-Modus stammen von YouTube. Video zählt auch für die Suche.

Erst die Strategie

- Was macht euch anders als den Betrieb zwei Orte weiter?
- Wer ist euer absoluter Wunschkunde, wer euer Wunsch-Mitarbeiter?
- Was soll das digitale Marketing konkret bringen: Aufträge, Bewerbungen, bessere Preise?

Gefunden wirst du heute überall

- Google mit Karte, KI-Übersicht und KI-Modus, dazu ChatGPT und Gemini
- Instagram, TikTok und YouTube als Suchmaschine: 46 % der Gen Z suchen dort zuerst
- Name, Adresse und Telefon überall **exakt gleich**: Website, Profil, Social Media, Verzeichnisse

Check dein Google-Unternehmensprofil

Echter Firmenname (keine Keywords) · Richtige Kategorien · Beschreibung · Attribute · Fotos & Videos · Produkte & Leistungen · Buchungslink · Letzter Post älter als 4 Wochen? · Bewertungen

Bonus: Unter "Leistung" siehst du, mit welchen Suchbegriffen dich Leute finden. Daraus werden deine Website-Texte.

Die Tipps Was sich wirklich lohnt

1 Mehr Bewertungen, mit Inhalt

ChatGPT und Co. achten stark auf Bewertungen. Ein Aufsteller mit QR-Code oder NFC macht es dem Kunden leicht.

Mach das: Bitte nach jedem Auftrag um eine Bewertung, gern mit dem Satz "Schreiben Sie dazu, was wir gemacht haben".

2 WhatsApp als kurzer Draht

Viele Kunden schreiben lieber, als anzurufen. WhatsApp Business plus Direktlink, und es geht mit einem Klick.

Mach das: Bau dir den Link wa.me/49 + Nummer ohne die erste Null und pack ihn auf Website und Profil.

3 Kundenfragen beantworten

KI zitiert konkrete Antworten. Die Fragen, die am Telefon immer kommen, gehören auf deine Website. Weitere findest du bei Google unter "Ähnliche Fragen".

Mach das: Schreib 10 echte Kundenfragen mit kurzen, klaren Antworten auf, gern mit Preisrahmen und Ort.

4 Social Media mit Charakter

Was macht gerade dich besonders? Geteilt wird, was zeigt "so bin ich", "das kennst du" oder "das sind wir". Oddly Satisfying und Humor laufen im Bodenhandwerk richtig gut.

Mach das: Film diese Woche einen Arbeitsschritt von oben, ohne Gerede. Schleifen, Spachteln, Verlegen.

5 Die Website als Verkäufer

Am Ende landen alle auf deiner Website. Dort entscheidet sich, ob jemand anfragt: gut am Handy, Suchbegriffe drin, echte Bilder, Referenzen mit Ort, schnell geladen, Vertrauen durch Bewertungen und Presse. Online-Terminbuchung spart Telefonate.

Mach das: Frag heute ChatGPT: "Was weißt du über [dein Betrieb] in [dein Ort]?" Was fehlt oder falsch ist, kommt auf die Website.

Dein nächster Schritt

Nimm dir diese Woche 30 Minuten für dein Google-Profil: Checkliste oben durchgehen, fünf neue Fotos hoch, drei Stammkunden um eine Bewertung bitten.

Fragen oder Lust auf mehr?
LinkedIn: Felix Beilharz
www.felixbeilharz.de

Quellen: BrightLocal Local Consumer Review Survey 2026 (USA, n=1.002); SISTRIX, Top-Quellen im Google AI Mode Deutschland; Forbes Advisor/Talker Research via Statista, April 2024 (USA). Kennzahl Google-Profil: BrightLocal.

UZIN