



Liebe Kunden, Partner und Freunde der Agentur ID,

setzt man die richtigen Impulse zur richtigen Zeit am richtigen Ort, entfalten sie ihr maximales Potential. Sei es für stärkeres Wachstum, mehr Aufträge, mehr Bekanntheit für Ihren Handwerksbetrieb oder einfach für eine stärkere Kundenbindung. Sie haben es selbst in der Hand.

Mit einer Mischung aus digitalen und analogen Mitteln bringen Sie die passenden Impulse Ihren gesteckten Zielen näher. Das Schöne daran: Man muss dafür das Rad nicht neu erfinden – man muss nur wissen, was man wie am effizientesten einsetzt.

01 DIGITAL

- __ 1.1. DATENSCHUTZ
- __ 1.2. ONLINEBETRUG ERKENNEN
- __ 1.3. TEXTINDIVIDUALITÄT PLUS
- __ 1.4. AGBS IM NETZ

02 ONLINE-MARKETING

- __ 2.1. G.U.T.E.S WASSER FÜR EINEN GUTEN ZWECK
- __ 2.2. BADAUSSTATTUNG UNTER 5.000 €

03 ANALOG

- __ 3.1. KUNDENZEITUNG

Neue Tricks und bewährte Klassiker

Das Internet spielt eine immer größere Rolle in der Neukundenakquise. Aber echtes Vertrauen schaffen nach wie vor nur echte Expertise und der persönliche Kontakt. Mit einer gezielten Kombination aus Online- und Offline-Maßnahmen schaffen Sie es daher, junge Neukunden nicht nur zu gewinnen, sondern diese auch an sich zu binden.

Ein gutes Beispiel ist unsere neue Kampagne „Bad für 5.000 €“, die genau auf die Bedürfnisse junger Immobilienkäufer abzielt – und in Kombination mit einer Hauszeitung, in der Sie Ihre Expertise durch Tipps und Informationen unaufgeregt beweisen, schaffen Sie Mehrwerte für sich und Ihr Unternehmen. Nutzen Sie die Möglichkeiten einer gezielten Kombination aus Analog und Digital für eine nachhaltige Kundenbindung – Wir zeigen Ihnen gerne, wie!

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen und Entdecken,

Ihr Agentur ID-Team

01 DIGITAL



__ 1.1. SEMINAR: DATENSCHUTZANFORDERUNGEN FÜR DAS FACHHANDWERK

Datenschutz ist seit 2017 ein Thema, das es nicht zu unterschätzen gilt und seither in aller Munde ist. Doch wie funktioniert das mit dem Datenschutz eigentlich? Was gilt es zu beachten? Genau um diese Fragen, die sich einem immer wieder stellen, aus dem Weg zu räumen, bieten wir Ihnen am 18. August die Möglichkeit dem TÜV-geprüften Datenschutzbeauftragten, Herr Häck, zu lauschen.

Im Anschluss an seinen Vortrag steht Herr Häck Ihnen mit Rat und Tat zur Seite. Sie haben neben einem kostenlosen Check außerdem die Option, sich die Seite zertifizieren zu lassen um dadurch auch all Ihren künftigen Webseitenbesuchern die Sicherheit im Umgang mit ihren Daten zu garantieren.



Wann? 18.08.2021 | 17 Uhr

Wo? <https://global.gotomeeting.com/join/723250789#s>

Dauer 1h

__ 1.2. ONLINE-BETRUG: SO ERKENNEN SIE PHISHING-E-MAILS

Immer wieder erreichen uns Hinweise zu verschiedenen E-Mails, die darauf abzielen, Ihre Daten zu erschleichen oder Sie in eine Abofalle zu locken – sogenannte Phishing-E-Mails. Aber wie erkennen Sie diese E-Mails und wie können Sie sich schützen? Wir haben eine Checkliste für Sie vorbereitet.

Wer ist der Absender?

Sie bekommen wegen Ihrer Webseite eine Rechnung von Ihrem Hoster (zum Beispiel 1&1, Ionos, all-inkl, ...) und von der Agentur ID GmbH. Prüfen Sie daher immer den Absender und vergleichen Sie ihn mit alten Rechnungen, wenn Sie sich unsicher sind. Sollten Sie Ihre Webseite bei der Agentur ID hosten lassen, bekommen Sie nur eine Rechnung durch die Agentur ID. Bei Online-Marketing-Aktionen bekommen Sie ebenfalls nur eine Rechnung der Agentur ID – Facebook oder Google werden Ihnen in diesem Fall niemals eine eigene Rechnung schicken!

Sind Rechtschreibfehler im Schreiben?

Viele Scam-E-Mails sehen heutzutage aus wie echt, und auch der Absender gibt nicht immer Aufschlüsse über die Herkunft der Mail. Sollten Ihnen jedoch Rechtschreibfehler auffallen, können Sie meistens davon ausgehen, dass es sich um einen Fake handelt.

Was wird in der E-Mail erfragt?

In keinem Schreiben von uns oder Ihrem Hoster werden Sie jemals nach Logindaten gefragt. Geben Sie bei solchen E-Mails niemals die geforderten Daten an!

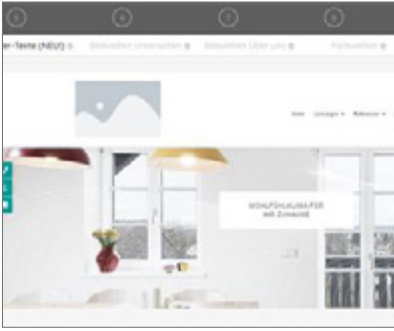
Was steht im Kleingedruckten?

Gerade Abofallen schicken gerne ein „Datenerhebungsblatt“. Sie sollten Ihre Daten auf Richtigkeit prüfen, damit diese richtig auf einer Plattform angezeigt werden. Im Kleingedruckten sehen Sie dann oft, dass es sich hierbei um ein Angebot handelt und Sie mit „Bestätigung“ Ihrer Daten einwilligen, ein Abo abzuschließen.

Wie kann ich mich schützen?

- » Klicken Sie nicht auf Links innerhalb der E-Mail. Am Beispiel Ionos: Gehen Sie wie gewohnt auf login.ionos.de, geben Sie dort Ihre Daten ein und prüfen Sie das Postfach in Ihrem Account. Handelt es sich um eine echte E-Mail, wird diese dort auch hinterlegt sein.
- » Fragen Sie nach. Wenn Sie sich unsicher sind, rufen Sie Ihren Dienstleister, Ihren Digitalcoach oder uns an und lassen Sie prüfen, ob es sich um eine echte Rechnung handelt.
- » Geben Sie auch am Telefon keine Logindaten heraus.
- » Zahlen Sie erst, wenn Sie sicher sind, dass es sich um eine echte Rechnung handelt.

Leider gibt es keine Möglichkeit, diese Arten von Spam von vornherein nicht ins E-Mail-Postfach zu bekommen. Seien Sie daher immer aufmerksam und fragen Sie ihm Zweifel lieber nach. Ihr Digitalcoach und die Agentur ID stehen Ihnen gerne zur Verfügung!



__ 1.3. ABFRAGE VON SLIDER-TEXTEN IM FORMULAR

Der Slider ist das Erste, was Ihre Kunden auf Ihrer Webseite begrüßt. Große Bilder und ansprechende Texte machen Ihren Kunden Lust auf mehr. Damit Sie Ihre Kunden auch entsprechend empfangen können, bieten wir nun die Möglichkeit, über unseren Webkonfigurator individuelle Texte für Ihre Slider zu vergeben. Alternativ können Sie auch eine der vorgegebenen Textvarianten zu den Themen Bad, Heizung, Lüftung und Haustechnik nutzen.

Ihre Webseite ist bereits Online und Sie möchten Ihre Slidertexte anpassen? Kein Problem, wenden Sie sich einfach an Ihren Digitalcoach!

__ 1.4. HABEN SIE SCHON AGBs?

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sind ein Muss für jeden, der online Produkte oder Services anbietet – wenn Sie zum Beispiel das Craftnote-Formular zur Online-Auftragserteilung nutzen, müssen Sie dort AGBs hinterlegen. Aber auch wenn Sie das nicht tun, geben ausformulierte AGBs Ihnen und Ihren Kunden mehr Sicherheit. Gerne binden wir Ihre AGBs entsprechend in Ihre Webseite ein – Wenden Sie sich einfach an Ihren Digitalcoach oder kommen Sie direkt auf uns zu.

ACHTUNG: Jede AGB muss individuell für den jeweiligen Betrieb erstellt, und kann nicht von einer anderen Seite kopiert werden. Sollten Sie bisher keine AGBs haben, können Sie Ihren Fachverband oder Ihre Innung um Hilfe bitten. Gerne können wir auch Kontakt zu einem Anwalt zur Erstellung der AGBs vermitteln.



02 ONLINE-MARKETING

__ 2.1. G.U.T.ES WASSER FÜR JEDEN!

In Kooperation mit der G.U.T. läuft eine Aktion, bei der eine Auswahl an Produkten angeboten wird, die an eine Spende für Viva con Agua geknüpft sind. Pro verkauftem Produkt werden 3 € an die Organisation gespendet, die international Projekte für sauberes Trinkwasser und sanitäre Grundversorgung durchführt.

Als Werbemaßnahme haben wir für Social Media einen Post vorbereitet, der als normaler Beitrag oder als Werbeanzeige geschaltet werden kann. Zudem gibt es ein Pop-Up, das auf der Webseite eingebunden werden kann oder Flyer für die Offline-Werbung. Die Aktion wird von der G.U.T.-Gruppe durchgeführt, die Spenden gibt die G.U.T. an Viva con Agua weiter.

Bei Interesse an den Werbemaßnahmen wenden Sie sich vertrauensvoll an **Tamara Bachofer, tamara.bachofer@agentur-id.de** oder **Florian Meissner, florian.meissner@agentur-id.de**.



__ 2.2. BADAUSSTATTUNG FÜR UNTER 5.000 €

Eine Badausstattung für 5.000 € – dieser Preis schwebt vielen jungen Bauherren und Wohnungskäufern vor. Verschiedene Angebote im Internet machen diesen Wunsch oft zur Realität, Preisvergleichsportalen sei Dank.

Mit der **VIGOUR clivia-Badausstattung für 4.970 €** bieten wir Ihren Endkunden genauso ein Angebot – und machen mit einer entsprechenden Online-Marketing-Kampagne mit zugehöriger Informationsseite darauf aufmerksam. Dabei kann sich der Kunde auf hochwertige VIGOUR-Produkte verlassen – und auf Ihre Qualitätsarbeit. Eine ideale Möglichkeit, junge, potenzielle Neukunden über das Internet anzusprechen und so seinen Kundenstamm zu erweitern.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann wenden Sie sich an Ihren Digitalcoach oder Ihren Kontakt in der Agentur ID.

Übrigens...

... Haben wir auch hier ein Pop-Up vorbereitet, das auf der Webseite eingebunden werden kann. Sollten Sie daran Interesse haben melden Sie sich einfach bei Ihrem jeweiligen Ansprechpartner oder schreiben an **Lara Sigmund, lara.sigmund@agentur-id.de**.

03 ANALOG

3.1. KUNDENZEITUNG

Sie bieten eine Vielzahl an Services und sind Experte auf Ihrem Gebiet. **Zeigen Sie Ihre Expertise!** Mit einer Kundenzeitung bieten Sie Informationen und präsentieren sich als Profi, ohne dabei aufdringlich zu wirken. So beantworten Sie erste Fragen zu Smart Home, zeigen Lösungen für kleine Bäder oder informieren zu den Vorteilen einer Heizungssanierung – immer mit Ihrem Logo versehen, immer mit Mehrwert für den Kunden.

Sie sind gut, dann zeigen Sie es!

Je individueller Ihre Kundenzeitung ist, desto eher bleibt sie im Kopf. Daher bieten wir Ihnen eine Auswahl an verschiedenen Themen, mit denen Sie Ihre Kundenzeitung individualisieren können. Zusätzlich gibt es Platz für Ihre Themen: Sonderaktionen, Mitarbeiter- bzw. Teamvorstellung, Betriebsjubiläum... Ihrer Kreativität sind keine Grenzen gesetzt!

Auch bei der Verteilung Ihrer Zeitung sind Sie flexibel. Mit einer Postwurfsendung Spezial werden Ihre Themen ausgewählten Haushalten direkt in den Briefkasten gebracht. Oder Sie nutzen das lokale Mitteilungsblatt: als Beileger bietet Ihre Hauszeitung einen informativen Mehrwert für die Empfänger. Der Vorteil: ist die Zeitung einmal im Haus, wird sie oft auch vom ganzen Haushalt gelesen. Die informativen Inhalte und Ihr individueller Touch sorgen für den Rest.

Die Hauszeitung eignet sich auch als Beileger zum Angebot ideal: Zeigen Sie Ihrem Kunden, dass er sich für den richtigen Betrieb entschieden hat, und geben Sie ihm etwas mit, das er als zufriedener Kunde an Bekannte und Familie als Referenz weitergeben kann.

Gerne berät Tamara Bachofer Sie zu Ihrer individuellen Kundenzeitung unter **tamara.bachofer@agentur-id.de**.

Sie können sich nicht so recht vorstellen, wie Ihre Hauszeitung aussehen soll? Kein Problem! Unter folgendem Link können Sie die digitale Version anschauen und sich über Alternativthemen informieren:

» **Kundenzeitung:** https://agentur-id.de/wp-content/uploads/2021/07/Agentur_ID_Kundenzeitung_SHK2021.pdf

» **Bestellblatt & Alternativthemen:** https://agentur-id.de/wp-content/uploads/2021/07/Agentur_ID_Kundenzeitung_Bestellblatt.pdf



WIR STELLEN UNS VOR!



FLORIAN MEISSNER
ONLINE-MARKETING

07022 9255 533
florian.meissner@agentur-id.de

Was liebst du an deinem Beruf?

Die Abwechslung. Jeder Tag bringt was Neues mit sich, jeder Kunde ist anders und das Thema Online Marketing entwickelt sich konstant weiter.

Was bedeutet die Agentur ID für dich?

Ein tolles Team mit einem gemeinsamen Ziel.

Wie sieht dein typischer Arbeitstag aus?

Kampagnenentwicklung und -optimierung, Kundenberatung, Ideen im Team diskutieren, neue Texte... So einen typischen Arbeitstag gibt es eigentlich nicht.

Was bringt dich auf jeden Fall zum Lachen?

Meine Tochter.

Was ärgert dich am meisten?

Falsche Apostrophe und Regen, wenn ich meinen Regenschirm vergessen hab (also fast immer).

Wie verbringst du deine Freizeit am liebsten?

Mit Familie, Freunden und Musik (auf Platte, Live, als Veranstalter, ...)

Welche Musik hörst du am liebsten?

(Fast) alles. Aktuell viel so Zeug wie Orville Peck, Black Pumas, Kamasi Washington, ...

Dein liebstes Reiseziel?

Die Familie in UK und USA.

Welchen Traum möchtest du dir einmal erfüllen?

Einmal erster Klasse nach Neuseeland fliegen (die Strecke ist schön lang, das muss sich ja lohnen).



TAMARA BACHOFER
PROJEKTSTEUERUNG FHW

07022 9255 502
tamara.bachofer@agentur-id.de

Was liebst du an deinem Beruf?

Sehr Abwechslungsreich. Nicht jeder Tag ist gleich. Aber vor allem liebe ich an meinem Beruf den engen Kontakt zu unseren Kunden, den Außendienstlern und Digicoaches :-)

Was bedeutet die Agentur ID für dich?

Meine 2. Familie!

Wie sieht dein typischer Arbeitstag aus?

Es gibt keinen typischen Arbeitsalltag. Kein Tag ist wie jeder andere. Das macht es so toll!

Was bringt dich auf jeden Fall zum Lachen?

Ich lache viel, da braucht es keine bestimmte Situation.

Was ärgert dich am meisten?

Unehrllichkeit.

Wie verbringst du deine Freizeit am liebsten?

Mit meiner Familie und Freunden, gehe aber auch gerne mal alleine mit unserem Berner Sennenhund Loui laufen und höre dabei ein gutes Hörbuch oder auch mal nichts ;-)

Welche Musik hörst du am liebsten?

Kommt ganz auf meine Stimmung an. Chillout geht aber immer.

Dein liebstes Reiseziel?

lach wer mich kennt, weiß, dass es mir Zuhause am besten gefällt. Wir haben es hier am Rande der Schwäbischen Alb echt schön. Sonst fühl ich mich in den Bergen aber auch ganz wohl.

Welchen Traum möchtest du dir einmal erfüllen?

Es gibt keinen bestimmten Traum den ich mir erfüllen möchte. Ich wünsche mir für mich und meine Liebsten um mich, dass wir gesund bleiben.

FÜR MEHR AKTUELLE INFORMATIONEN FOLGEN SIE UNS GERNE AUF SOCIAL-MEDIA:



Agentur ID GmbH



@agentur.id