



Interneteinsatz in Pferdebetrieben

8. Ludwigsburger Pferdetag

Einsatzbereiche



Nutzer

z.B.

Betriebsmittel
online einkaufen

VoIP

Anbieter

- Neukunden werben
- Kontakt zu den Kunden
- Informationen für Besucher und Gäste

Grundsätzliches



- Einheitliches Erscheinungsbild
- Beschränkung auf das Wesentliche
- Kosten/Nutzen-Relation beachten (Geld und Zeit)

Neue Kunden



- Ausführliche Informationen
→ weniger „Fehlanfragen“
- Großzügige Präsentation bei geringen Kosten möglich
→ Interesse wecken
- Große Reichweite

Neue Kunden



- Ausführliche Informationen in Text **und** Bild, z.B.:
 - Boxengröße
 - Lageplan
 - Einschränkungen
 - Auslaufmöglichkeit/Weide
 - Preise



Boxen: 4 x 4 m²
Nicht für Ponys
geeignet
Überdachter Winterauslauf
10 ha Weiden

Neue Kunden



- Umfangreiche Präsentation des Betriebes bei geringen Kosten möglich
 - Besonderheiten ausführlich Beschreiben (Reithalle, Dressurplatz etc.)
 - Aktuelles Bildmaterial zur Illustration



Neue Kunden



- Kundenanfragen durch Formulare strukturieren
- Übersicht über aktuell freie Plätze

<input type="radio"/>	Stute
<input type="radio"/>	Wallach
<input type="radio"/>	Hengst
<input type="text"/>	
Name	

Box 1

Box 2

Box 3

Box 4

Kundenpflege



- Hallen-/Reitplatzreservierung, Reitstunden buchen etc. über Web oder email.
- Aktuelle Informationen schnell und günstig über Web/email.
- Fotos von Pferden, Besitzern, Veranstaltungen bereitstellen.
- Evtl. separaten Kundenbereich einrichten.

Gäste/Besucher



- Wegbeschreibung
- Aktionen für jedermann
- Kunden für andere Betriebszweige (z.B. Direktvermarktung/ Ferienwohnung)

Weitere Aspekte



- Präsenz bekannt machen und vernetzen
- Urheberrechte bei Fremdmaterial beachten (z.B. Anfahrtsskizze)
- Impressum nicht vergessen
- Persönlichkeitsrechte bei Fotos mit Personen

Zusammenfassung



- Großer Personenkreis erreichbar
- Instrument zur Kundengewinnung und Kundenpflege
- Kosten- und Zeitaufwand muss in Relation zum Ertrag stehen
- Integration ins betriebliche Umfeld