

Wie Sie Websitebesucher als PV-Kunden gewinnen

Wie Ihre Website zu Ihrem besten Vertriebsmitarbeiter wird – ein Leitfaden aus der Praxis.

solarise

Warum lohnt sich das?

Besucher auf die eigene Website zu holen, ist ein Erfolg. Doch es ist erst der Anfang.

Ich sprach einmal mit einem Installateur, der in seinem Land bei Google auf Platz eins lag. Tausende besuchten seine Seite jede Woche. Anfragen bekam er trotzdem kaum. Warum?

Hohe Besucherzahlen allein bringen noch keine Kunden. Dafür braucht es einen Plan.

Wenn Besucher weder eine Anfrage stellen noch einen Termin buchen, investieren Sie Zeit und Geld in anonyme Klicks, die Ihrem Umsatz wenig bringen.

Mit dem richtigen Ansatz kann Ihre Website einer Ihrer stärksten Vertriebskanäle werden.

Ob Besucher Kontakt aufnehmen, entscheidet sich schon bei der Gestaltung Ihrer Website – und daran, wie Sie ihr Interesse aufgreifen.

Schauen wir uns das Schritt für Schritt an.

Inhalt

1 Das Angebot auf den Punkt bringen

2 Vertrauen schaffen, das die Kaufentscheidung trägt

3 Einen klaren nächsten Schritt anbieten

4 Anfragen leicht machen

5 Schnell antworten, bevor der Kunde weiterzieht

6 Besucher informieren und begleiten

7 Weitere Tipps aus der Praxis

1. Das Angebot auf den Punkt bringen

Besucher entscheiden innerhalb weniger Sekunden, ob sie auf Ihrer Website bleiben.

Erkennen sie den Nutzen nicht sofort, suchen sie woanders weiter.

Ihre Start- oder Kampagnenseite sollte drei Fragen klar beantworten:

Was bieten Sie an? („Wir installieren PV-Anlagen auf Wohnhäusern in Bayern.“)

Für wen? („Für Hauseigentümer, die ihre Stromkosten senken möchten.“)

Was erhalten Interessenten? („Kostenloses Angebot in weniger als 60 Sekunden.“)*

*Auch eine klare Handlungsaufforderung (CTA) beantwortet diese Frage. Statt „Kontakt aufnehmen“ zeigt etwa „Angebot anfordern“, was der Klick bringt.

1. Das Angebot auf den Punkt bringen

So kann eine übersichtliche Landingpage aussehen:

An wen richtet sich das Angebot?

Für Hauseigentümer in Bayern

Was bieten Sie an?

Möchten Sie mit einer Photovoltaikanlage auf dem Dach Ihre Stromkosten senken?

Was bekommen Besucher? (CTA-Schaltfläche)

Kostenloses Angebot anfordern

Ihr Hauptangebot gehört in den Bereich, der ohne Scrollen sichtbar ist. Eine prägnante Überschrift und eine eindeutige Schaltfläche reichen.

2. Vertrauen schaffen, das die Kaufentscheidung trägt

Eine PV-Anlage ist eine große Investition. Dass Besucher anfangs skeptisch sind, ist verständlich.

Zeigen Sie ihnen, warum Ihr Betrieb dafür der richtige Partner ist.

Glaubwürdige Belege auf Ihrer Website helfen ihnen, Ihrem Angebot zu vertrauen.

Besonders überzeugend sind zum Beispiel:

Kundenstimmen, möglichst mit Namen und Foto und von jemandem in einer ähnlichen Situation

Fallbeispiele mit konkreten Zahlen, etwa „450 € pro Jahr gespart“

Bewertungen auf Google oder Trustpilot

2. Vertrauen schaffen, das die Kaufentscheidung trägt

Platzieren Sie Ihre stärksten Referenzen direkt neben der Schaltfläche oder dem Formular.

Sie möchten, dass Besucher den nächsten Schritt machen. Genau dort sollten sie die Belege sehen, die ihnen die Entscheidung erleichtern.

3. Einen klaren nächsten Schritt anbieten

Sechs Schaltflächen mit sechs unterschiedlichen Aufforderungen verwirren Besucher. Ihre Aufmerksamkeit verteilt sich, und ein wichtiger Klick bleibt womöglich aus.

Wählen Sie eine zentrale Aufforderung und verwenden Sie sie an mehreren Stellen:

„Kostenloses Angebot anfordern“

„Mögliche Einsparungen berechnen“

„Kostenlose Beratung buchen“

Auf dem Smartphone kann eine mitlaufende Schaltfläche sinnvoll sein. Sie sollte immer erreichbar sein, ohne Inhalte zu verdecken.

4. Anfragen leicht machen

Im Formular wird aus einem anonymen Besucher ein konkreter Kontakt.

Ein langes, umständliches Formular schreckt selbst Menschen ab, die sich eigentlich schon melden wollten.

Machen Sie es ihnen leicht:

Fragen Sie nur das Nötigste ab, etwa Name, E-Mail-Adresse, Postleitzahl und gegebenenfalls die Dachform.

Halten Sie das Formular kurz. Zeigen Sie bei mehreren Schritten den Fortschritt, damit Besucher wissen, wie viel noch fehlt.

Bieten Sie einen unmittelbaren Gegenwert, etwa eine erste Preis- oder Ertragsschätzung.

Wer Angaben macht, sollte dafür die Informationen bekommen, nach denen er sucht.

4. Anfragen leicht machen

Gern helfen wir Ihnen, diesen Ansatz in die Praxis umzusetzen.

Dafür haben wir Solarise entwickelt: Besucher erhalten direkt auf Ihrer Website ein erstes Angebot und Ihr Team die Informationen zur Anfrage.

Für welchen Weg Sie sich auch entscheiden, denken Sie daran:

Geben Sie Besuchern etwas Nützliches zurück.

So gewinnen Sie Anfragen und heben sich von der Konkurrenz ab.

5. Schnell antworten, bevor der Kunde weiterzieht

78 % der Käufer entscheiden sich für das Unternehmen, das zuerst antwortet.

Brauchen Sie 24 Stunden oder länger für die Rückmeldung, hat der Interessent wahrscheinlich schon anderswo ein Angebot erhalten.

Eine schnelle Antwort verschafft Ihnen im Vertrieb einen Vorsprung.

Aber niemand kann überall gleichzeitig sein. Wie reagieren Sie schnell auf alle Angebotsanfragen?

5. Schnell antworten, bevor der Kunde weiterzieht

Lassen Sie wiederkehrende Schritte automatisch ablaufen:

Bestätigung per E-Mail, sobald das Formular eingeht

Erste Kalkulation sofort, damit niemand warten muss

Erinnerungen und Abläufe im CRM, damit keine Antwort ausbleibt

Bei Solarise laufen Sofortangebote, Kontakterfassung und CRM-Abgleich automatisch. Die Abläufe sind auf PV-Fachbetriebe zugeschnitten.

Sie können auch Ihr eigenes hilfreiches Formular entwickeln, es mit einem CRM verbinden und Folgemeldungen automatisieren.

Wählen Sie den Weg, der zu Ihrem Betrieb passt.

Eine verspätete Antwort sollte jedenfalls kein Grund sein, einen Auftrag zu verlieren.

6. Besucher informieren und begleiten

Nicht jeder Besucher möchte sofort ein Angebot – und das ist völlig in Ordnung.

Manche orientieren sich erst. Andere brauchen noch eine konkrete Antwort, bevor sie den nächsten Schritt machen.

Hilfreiche Informationen geben beiden einen Grund, Ihnen zu vertrauen.

Genau dabei hilft guter Inhalt, der Interessenten begleitet.

Mit der Kontaktpflege ist es wie mit Photovoltaik: Sie zahlt sich mit der Zeit aus. Ein hilfreicher Beitrag im richtigen Moment kann aus einem Vielleicht ein Ja machen.

6. Besucher informieren und begleiten

Mit diesen Inhalten helfen Sie auch Menschen, die sich erst umsehen:

Blog: Beantworten Sie häufige Fragen in verständlichen Beiträgen. Damit schaffen Sie Vertrauen, gewinnen Besucher und verbessern Ihre Chancen, bei Google gefunden zu werden.

Chatbot: Wer Photovoltaik plant, hat viele Fragen. Ein Chatbot kann allgemeine Fragen wie „Brauche ich eine Genehmigung?“ oder „Wie lange dauert das?“ beantworten, ohne dass Sie dafür Stunden am Telefon verbringen.

Interaktive Werkzeuge: Ein Chatbot erklärt das Allgemeine. Bei Photovoltaik möchten Interessenten außerdem wissen, was auf ihrem eigenen Dach möglich ist. Ein Sofortangebotsformular lässt sie Einsparungen und Anlagenvarianten in Ruhe ausprobieren. Das ist kostenlos, nützlich und hält das Interesse wach.

6. Besucher informieren und begleiten

Solche Inhalte informieren, schaffen Vertrauen und sorgen dafür, dass Ihr Betrieb im Gedächtnis bleibt.

Wenn es ernst wird, wissen die Interessenten, an wen sie sich wenden.

Allgemeine Chatbots von Landbot, Tidio oder Intercom können Sie mit PV-Fachwissen anreichern. Mit Formularbaukästen wie Typeform können Sie eigene Formulare erstellen.

Wenn Sie eine speziell für Installationsbetriebe entwickelte Lösung suchen, sehen Sie sich den Sofortangebotsrechner und den integrierten KI-Assistenten von Solarise an.

7. Weitere Tipps aus der Praxis

Wenn Ihre Website mehr verkaufen soll, stellen Sie sich eine einfache Frage:

„Wofür haben wir eigentlich eine Website?“

Um online präsent zu sein? Natürlich. Um über Photovoltaik aufzuklären? Unbedingt.

Vor allem kann Ihre Website Ihr bester Vertriebsmitarbeiter sein: rund um die Uhr erreichbar, ohne Pause und ohne eine Rückmeldung zu vergessen.

Worauf kommt es an?

Eine gute Website macht aus Besuchern Interessenten.

7. Weitere Tipps aus der Praxis

Schon kleine Verbesserungen können viel bewirken:

Ladezeit: Braucht Ihre Website mehr als 3 Sekunden zum Laden, springt die Hälfte der Besucher ab. Mit PageSpeed Insights können Sie Engpässe finden und beheben.

Häufige Fragen: Beantworten Sie die fünf häufigsten Fragen aus Ihren Verkaufsgesprächen direkt auf der Website. Das spart Zeit und schafft sofort Vertrauen.

Hilfreicher Download: Bieten Sie gegen eine E-Mail-Adresse zum Beispiel „Photovoltaik für Einsteiger in drei Minuten“ an. So können Sie den Kontakt nach und nach vertiefen.

Schon eine Sekunde zusätzliche Ladezeit kann die Konversionsrate Ihrer Website um bis zu 70 % senken.

Aus Besuchern Kunden gewinnen

Den schwierigen Teil haben Sie schon geschafft: Menschen finden den Weg auf Ihre Website.

Nutzen Sie diese Chance.

Seien Sie klar, schnell und hilfreich. Und bleiben Sie am Ball.

Dafür brauchen Sie weder komplizierte Verkaufstrichter noch große Teams. Gezielte Verbesserungen und die passenden Werkzeuge reichen.

Es gibt viele bewährte Methoden und Werkzeuge. Wählen Sie diejenigen, die zu Ihrem PV-Betrieb passen.

Klingt das interessant? Zum Schluss möchte ich Ihnen noch etwas mitgeben →

Aus Besuchern Kunden gewinnen

Über 90 % der PV-Käufer beginnen mit einer Google-Suche. Solarise hilft Ihnen dabei, dort mit einer passenden Antwort sichtbar zu sein.

Unser Website-Plugin für sofortige KI-Angebote, der KI-Assistent und das CRM sind dafür entwickelt, PV-Anfragen zu erfassen und in Aufträge umzuwandeln.

Wenn Sie Solarise in Aktion sehen möchten, melden Sie sich gerne bei mir:

Tina von Solarise, Mitgründerin und Geschäftsführerin

Oder buchen Sie eine Demo auf der Solarise-Website.

Machen wir Ihre Website zu Ihrem engagiertesten Vertriebsmitarbeiter.

tina@solarise.app

www.solarise.app/de/book-a-demo

Solarise bündelt die Werkzeuge, mit denen Sie PV-Anfragen gewinnen und in Aufträge verwandeln:

Angebotsrechner für Ihre Website: Erstellen Sie sofort ein KI-gestütztes Angebot für Besucher und überzeugen Sie als erster Anbieter mit einer persönlichen Einschätzung.

Integrierter Chatbot: Unser KI-Assistent beantwortet die vielen Fragen von PV-Interessenten für Sie. Sie können ihm auch Wissen über Ihren eigenen Betrieb an die Hand geben.

Integriertes CRM: Jeder über den Rechner gewonnene Kontakt landet direkt im CRM. Filtern Sie nach Interesse und Solarpotenzial, damit Sie wissen, bei wem sich ein Anruf zuerst lohnt.

Möchten Sie neue Wege im PV-Vertrieb gehen?

Buchen Sie eine Demo oder erfahren Sie mehr über Solarise.

www.solarise.app/de/book-a-demo