

bb-Serie »Erfolgstipps von Günter Schmitz«

Ein Überblick in der Fensterbranche unterstreicht es mehr denn je. Kein Hersteller hat schlechte Produkte. Ganz im Gegenteil, die Produkte und damit deren Qualität wird immer ähnlicher. Der ein oder andere Hersteller kann zwar mit neuen Produkteigenschaften, beispielsweise einem integrierten Lüfter, punkten. Doch dieser Innovationsvorsprung wird schnell von anderen Anbietern nachgemacht. Was bleibt, sind immer vergleichbarere Produkte.

Handwerksargumente schlagen Produktargumente



Die Montage macht den Unterschied. Besondere Montageleistungen oder Montageversprechen zeichnen ein Unternehmen aus und schaffen das Vertrauen beim Kunden.

Foto: Coplaning

Wenn also die Produkte immer vergleichbarer werden, der Preiskampf aber immer größer wird, was bleibt dem Handwerker vor Ort noch, der die Produkte an den Endkunden verkaufen muss? Sicher nicht der Preis, denn es gibt immer noch jemanden, der noch günstiger ist. Um sich dieser Spirale zu entziehen, müssen andere Argumente her, die vor allem unvergleichbar sind. Dazu zählen alle Argumente, die mit dem Handwerksunternehmen an sich zu tun haben.

So hat jedes Unternehmen seine eigene Geschichte. Ob das Unternehmen beispielsweise bereits in der 3. Generation geführt wird oder gerade erweitert wurde, diese Geschichte ist einzigartig und nicht vergleichbar. Ebenso zählen dazu Auszeichnungen oder Preise, die das Unternehmen in den vergangenen Jahren erhalten hat. Verkäufer sollten diese einzigartige Geschichte im Verkaufsgespräch erzählen. Dies schafft nicht nur Vertrauen zum Unternehmen, sondern auch zum Verkäufer. Denn Verkauf, gerade der Verkauf von technischen Produkten, ist reine Vertrauenssache.

Montage macht den Unterschied

Ganz besonders hervorzuheben sind die besonderen Montageleistungen oder Montageversprechen, die ein Unternehmen auszeichnen. Gerade diese sind es, die einen höheren Preis rechtfertigen, da Kunden gerade vor der Montage oft Angst haben und sie sich ein Stück Sicherheit mit einkaufen. Dazu zählen beispielsweise die Pünktlichkeit,

Der Autor

Günter Schmitz ist Inhaber und Geschäftsführer von Coplaning, einem erfolgreichen Bauelemente-Handelsunternehmen in Luxemburg. Der Erfolgstrainer gibt sein Wissen und seine Erfolgsrezepte in seiner Erfolgsakademie an andere Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen weiter. Weitere Informationen unter www.coplaning.lu

Freundlichkeit, der Schutz von Böden und Gegenständen, die Sauberkeit, die fachkompetente Ausführung, die Raumfür-Raum-Montage, das Produktreinigen, um nur einige zu nennen.

Qualifikation schafft Vertrauen

Darüber hinaus sind es die Mitarbeiter, die beispielsweise durch eine lange Be-

triebszugehörigkeit Vertrauen schenken. Wenn Verkäufer früher jahrelang in der Montage gearbeitet haben, so überzeugen diese quasi automatisch durch eine hohe Fachkompetenz. Arbeitet der Handwerker zudem mit eigenen Mitarbeitern anstatt mit Subunternehmen, so fördert dies ebenso das Vertrauen der Kunden. Weiter ist entscheidend, ob die Mitarbeiter qualifiziert sind, also eine entsprechende Ausbildung oder jahrelange Berufserfahrungen haben. Und letztlich sollte betont werden, inwieweit die eigenen Mitarbeiter permanent geschult oder persönlich weiterentwickelt werden. Jeder Verkäufer sollte daher seine eigene Kompetenz, Erfahrung und Persönlichkeit betonen, um so das Vertrauensverhältnis zum Kunden weiter zu stärken.

Ein großer Unterschied zeigt sich insbesondere, wie das Handwerksunternehmen mit seinem Kundenservice umgeht. Wer anstatt mit Kunden um jeden Euro zu streiten lieber mit einem unkomplizierten Kundenservice weit über die Gewährleistungsfristen hinaus überzeugt, kann wertvolle Punkte bei der Auftragsvergabe sammeln. Dieses Argument schlägt eindeutig die Produktargumente, da Kunden gerne in qualitativ hochpreisige Produkte investieren, wenn sie die Gewissheit haben, dass ihnen langfristig unkompliziert im Falle eines Falles geholfen wird.

Der erste Eindruck

Letztlich sollte auch das Erscheinungsbild des Unternehmens hervorgerufen werden, so beispielsweise die äußere und innere Gestaltung der Montagefahrzeuge, der Showroom, die Homepage und die Prospektierungen. Von diesen schließt der Kunde automatisch auf die Qualität des Handwerksunternehmens.

Unsere Produktqualität setzen unsere Kunden voraus. Daher haben wir uns auf Verkaufsargumente spezialisiert, die darüber hinausgehen und damit unvergleichbar sind. Diese und viele weitere Erfolgstipps erfahren Unternehmer, Verkäufer und Monteure aus dem Handwerk live bei Coplaning. Das nächste Seminar für Unternehmer findet am 10. + 11. November 2016 statt. Weitere Infos immer aktuell auf www.denkhouse.com