

Marketing für Berechnungsprofis

Nicht die Produkteigenschaften überzeugen beim Verkauf automatischer Berechnungsanlagen, die Nutzenargumente sprechen den Kunden an.

VON ERWIN BAUER, OLDENDORF

Das Marktvolumen in Sachen Berechnungsanlagen im Hausgartenbereich ist noch längst nicht ausgeschöpft. Doch ein versierter Installateur muss noch lange kein Topseller sein. Marketingtools und praktisch umsetzbare Verkaufsstrategien sind auch hier das A und O. Die Rain Bird Academy hat nun erstmals das Thema in ihr Schulungsprogramm aufgenommen. Nachhaltige Impulse für den Verkauf automatischer Berechnungsanlagen vermittelte das erste Seminar für Platinpartner von Rain Bird. „Wir möchten, dass Sie noch erfolgreicher werden!“ Mit diesen Worten begrüßte Rolf Krüger, Geschäftsführer von Rain Bird Deutschland, die Teilnehmer auf der eintägigen Fortbildung an der Lehranstalt für Gartenbau und Floristik in Großbeeren bei Berlin.

Auf den ersten Eindruck kommt es an

In dem Crash-Kurs zu den Schlüsselfaktoren des Verkaufs, stellte der erfahrene Unternehmensberater Elmar Lesch (www.lesch-consult.de), bi GaLaBau-Lesern bekannt durch seine Studien zum Bewässerungsmarkt in Deutschland, wichtige Strategien zum Verkauf von automatischen Bewässerungsanlagen vor. „In drei von vier Fällen wird die endgültige Kaufentscheidung aufgrund des ersten Eindrucks

beim ersten Verkaufskontakt gefällt,“ so der zertifizierte Verkaufstrainer. Man müsse die Wirkung des ersten Eindrucks ernst nehmen, ohne sich beim Verkaufsgespräch zu verstellen. Neben absoluter Authentizität sei hier auch Disziplin gefragt, was die eigene Einstellung gegenüber dem Kunden betrifft. Die geistige Grundhaltung des Verkäufers drücke sich immer durch seine Körpersprache gegenüber dem Kunden aus. Diesen psychologischen Aspekt müsse sich jeder Verkäufer immer wieder bewusst machen.

Der Kundennutzen muss vermittelt werden

Und auf noch einen ganz wichtigen Punkt für erfolgreiche Geschäftsabschlüsse ging Elmar Lesch ein. „Viele Verkäufer neigen dazu, im Gespräch mit dem potenziellen Kunden nur über die Stärken oder Bestandteile ihrer Produkte bzw. Dienstleistungen zu sprechen. Sie versäumen jedoch, den eigentlichen Nutzen für ihren Kunden herauszustellen. Aber nicht die technischen Details interessieren den Käufer, sondern die Nutzenvorteile, die er aus dem Produkt oder der Dienstleistung für sich erwartet.“ Experten für Berechnungsanlagen sollten sich immer bewusst sein: „Ihre Kunden kaufen nicht das, was Sie ihnen empfehlen, sondern das, was sie glauben, was ihnen das Pro-

dukt oder die Dienstleistung nutzt,“ so der Verkaufstrainer. Auch die Aufzählung der Produktstärken wie hohe Qualität, lange Lebensdauer, ausgezeichneter Service sei nicht zielführend. Elmar Lesch: „Solche unbestimmten Angaben und Verallgemeinerungen überzeugen selten. Deshalb erklären Sie Ihren Kunden, was Sie bzw. Ihre Firma unter hoher Qualität oder ausgezeichnetem Service konkret verstehen.“ Dasselbe gelte für Fremdwörter, die bei Produktvorstellungen gerne gebraucht werden, ohne sicher zu sein, ob sie für unsere/n GesprächspartnerIn auch verständlich sind.

Gruppenarbeit bestätigt Lerneffekt

Im Anschluss an die spannenden Referate hatten die Teilnehmer die Gelegenheit, das Gelernte sofort auf ihren Arbeitsbereich anzuwenden. In drei Gruppen wurden nach Festlegung der Zielvorstellungen geeignete Instrumente für ein wirkungsvolles Marketing erarbeitet. Die Gruppenleiter stellten abschließend die Ergebnisse der Gruppenarbeit allen Teilnehmern vor. Rolf Krüger fasste zum Schluss seine eigenen marketingtechnischen Handlungsempfehlungen aufgrund seiner langjährigen Erfahrung zusammen. Ob Logo, Hauszeitschriften, Presseveröffentlichungen oder Kundenwertschätzungsaktionen, Mitarbeiterschulungen oder gemeinsame Gruppenaktivitäten etc. - der Rain Bird Deutschland Vertriebschef blickte dabei über den Tellerrand hinaus auf das, was auch andere Firmen leisten. Sein Fazit: „Anders sein, sich Abheben vom Wettbewerb. Das wird zum zentralen Thema der kommenden Jahre!“ Infos unter www.rainbird.de ■



Teilnehmer und Referenten des ersten Seminars „Mehr Erfolg durch wirkungsvolles Marketing und Verkaufen“ der Rain Bird Academy in Großbeeren. | Foto: E. Bauer