



Verkaufstrainer

September 2008

Guten Tag,

heute erfahren Sie, wie im Baustoffunternehmen H. die Präsentation des Sortiments verändert wurde und aus welchen Gründen dies passierte.

[Testen Sie, wie gut Sie sich mit Alleinstellungsmerkmalen auskennen!](#)

Wie machen es andere?

Ähnliche Erfolgserlebnisse wie in der beschriebenen Baufirma kennt man auch im Unternehmen H. Während sich viele Händler zurzeit ein „house of xy“ vom Hersteller aufbauen lassen, hat man sich dort auf die eigene Kompetenz und die Stärken des Teams verlassen. So entstand unter der Regie des Teamleiters ein eigenes Haus von H. Das Ziel war es, die Kunden von der Gestaltungskompetenz des Händlers und der Verkäufer zu überzeugen. Bisher wurde das Baustoff-Sortiment in offenen Kojen gezeigt. Man könnte sagen, in einer handelsüblichen Version. Welchen Eindruck bekommt der Kunde? Allein durch die gleiche Form der Warenpräsentation könnte er denken: „Die sind genauso wie der Wettbewerber am Markt.“

Das wollten die Verkäufer ändern, denn sie sind davon überzeugt, den Kunden mehr Leistung bieten zu können als die Wettbewerber. Man suchte nach Ansätzen, um dies auch zu vermitteln. Das Team begann damit, Ideen zu sammeln. In mehreren Schritten wurde herausgearbeitet, welches Ziel man erreichen wollte. Dabei stand eine Frage im Mittelpunkt: Was wollen und können wir mit entsprechender Kompetenz verkaufen? Die gedankliche Auseinandersetzung mit dieser Frage führte zu der Erkenntnis, dass der Produktverkauf nicht das ist, was der Kunde sucht. Der Kunde sucht konkrete Beispiele für die Gestaltung seiner Räume. Er sucht Inspiration, er sucht Anregungen und Gestaltungssicherheit.

Und all das wollten die Verkäufer ihren Kunden auch bieten. Es entstand die Idee, dies in einem Musterhaus darzustellen. Das Team machte sich an die Arbeit und entwickelte ein Haus, das aus Wohnräumen, Küche, Flur, Garderobe, Schlafzimmer, Arbeitszimmer und Bad besteht. Innen sehen die Kunden auch noch verschiedene Wohnstile - vom modernen Wohnen über den Landhausstil bis hin zum klassischen Wohnen. Die Produktpräsentation umfasste die verschiedensten Materialien, denn der Kunde sucht immer noch zuerst Boden- und Wandbeläge. Deshalb erlebt er heute zum Beispiel Naturstein, glasierte Fliesen, Feinsteinzeug, Parkett und Linoleum in verschiedenen Kombinationen. Alle Wohnräume sind komplett ausgestattet, denn die Kunden sollen sich in den



Räumen wohl fühlen und damit wortwörtlich Wohnen erleben. Um das Haus herum installierte man großflächige Mustertafeln, die den Kunden weitere Ideen bieten.

Welche Informationen unter anderem auf diesen Mustertafeln zu finden sind, lesen Sie im nächsten Verkaufstrainer. Dieser wird den Abschluss der Mobile-Serie „Der Kunde im Fokus“ bilden. Was Ihnen danach im Verkaufstrainer geboten wird, erfahren Sie im Oktober an dieser Stelle.

Mit freundlichen Grüßen, das Mobile-Team