

Kompaktratgeber 14

So holen Sie clever **Aufträge**



(C) 2004 Ärmelhoch Service-Institut
Alle Texte und Bilder stammen von den Autoren
Verwendung, Nachdruck, etc. ist nur mit
ausdrücklicher, schriftlicher Genehmigung erlaubt.

Guten Tag,

der Wettbewerbsdruck in den Unternehmen wird sich in den nächsten Jahren weiter verstärken.

Damit die Unternehmen in einer sicheren Spur fahren können wird aktives Verkaufen in Zukunft ein Aufgabenfeld für das gesamte Team werden. Dabei wird ein wesentlicher Erfolgsfaktor die aktive Beratung und der Verkauf durch Monteure vor Ort werden.

In vielen Betrieben zeigen aktive Monteure bereits heute, dass sie sehr gut in der Lage sind, den Verkaufserfolg der gesamten Organisation wirkungsvoll zu unterstützen.

Wir hoffen, dass Ihnen dieser Ärmelhoch-Kompaktratgeber helfen wird, die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Unternehmens als Gemeinschaftsaufgabe zu verstehen.

Dies wünschen wir Ihnen von Herzen

Ottmar Kuball und Werner Heimbach



Inhalt

- Tipp 1 ... **Neue Aufgaben** für moderne Monteure/Gesellen
- Tipp 2 ... Denken Sie wie ein „**Unternehmer**“
- Tipp 3 ... **Hallo** Herr Nachbar
- Tipp 4 ... **Profis** bereiten sich vor
- Tipp 5 ... **Unterlagen** bereit haben
- Tipp 6 ... **Auftritt** statt Abgang
- Tipp 7 ... Professionelle **Kundenbegrüßung**
- Tipp 8 ... Wie **Sie nicht** beginnen
- Tipp 9 ... Starten Sie **mit System**
- Tipp 10 ... Vor Schaden **bewahren**
- Tipp 11 ... Nutzung von **Einsparpotentialen**
- Tipp 12 ... **Neuerungen** zum Vorteil Ihrer Kunden
- Tipp 13 ... **Kontern Sie** das Baumarkt-Argument
- Tipp 14 ... Ein entscheidender **Vorteil**
- Tipp 15 ... „**Pfusch** am Bau“
- Tipp 16 ... Verkaufseifer **nicht übersteigern**
- Tipp 17 ... Wettbewerber **nicht verunglimpfen**
- Tipp 18 ... Zeigen Sie **Teamwork**
- Tipp 19 ... Erkennen Sie **Ihre Vorteile**
- Tipp 20 ... Wer **oft** fragt, der küsst auch **oft**

Tipp¹

Neue Aufgaben für moderne Monteure

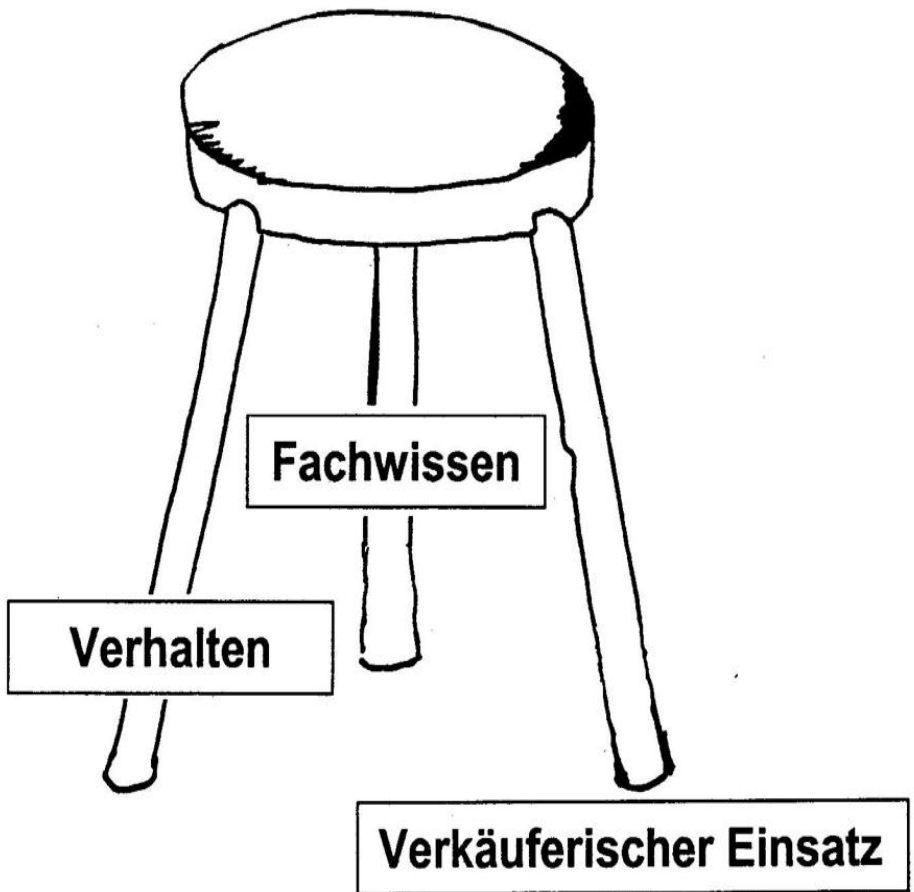
Was zeichnet einen erfolgreichen
Monteur /Gesellen heute aus?

War es früher nur das reine **Fachwissen**,
sind heute zwei neue Anforderungen
hinzugekommen: **kundenorientiertes Ver-
halten** und **verkäuferischer Einsatz**.

Welches ist dabei das wichtigste Aufgaben-
feld? Diese Frage beantwortet eine andere
Frage: Welches ist der wichtigste Fuß an ei-
nem dreibeinigen Schemel?

Aktive Auftragsunterstützung wird in Zukunft
ein Aufgabenfeld für alle Mitarbeiter eines
Unternehmens werden. Dabei wird ein
wesentlicher Erfolgsfaktor die aktive Beratung
und der Verkauf durch aktive Monteure vor Ort
werden.

Legen Sie den Gang ein und geben Sie Gas!



Tipp²

Denken Sie wie ein „Unternehmer“

Da die Stundenverrechnungssätze im Handwerk nicht kostendeckend kalkuliert werden können, ist Ihr Unternehmen gezwungen, dieses **Defizit** über den Materialaufschlag abzufedern.

Die zentrale Frage lautet in der Zukunft: wie kann das Unternehmen den Materialanteil bei Kundendienstesätzen, Reparaturen, Wartungen, Austauscharbeiten, Renovierungen und im Neubau, **erhöhen**?

Die Unternehmen konkurrieren heute nicht mehr mit der Qualität der Produkte, sondern mit der Qualität der Mitarbeiter.

Wenn Sie sich **aktiv** in Verkauf und Beratung engagieren, eröffnen sich für Ihr Unternehmen neue Chancen für die Zukunft.

Hallo Herr Nachbar

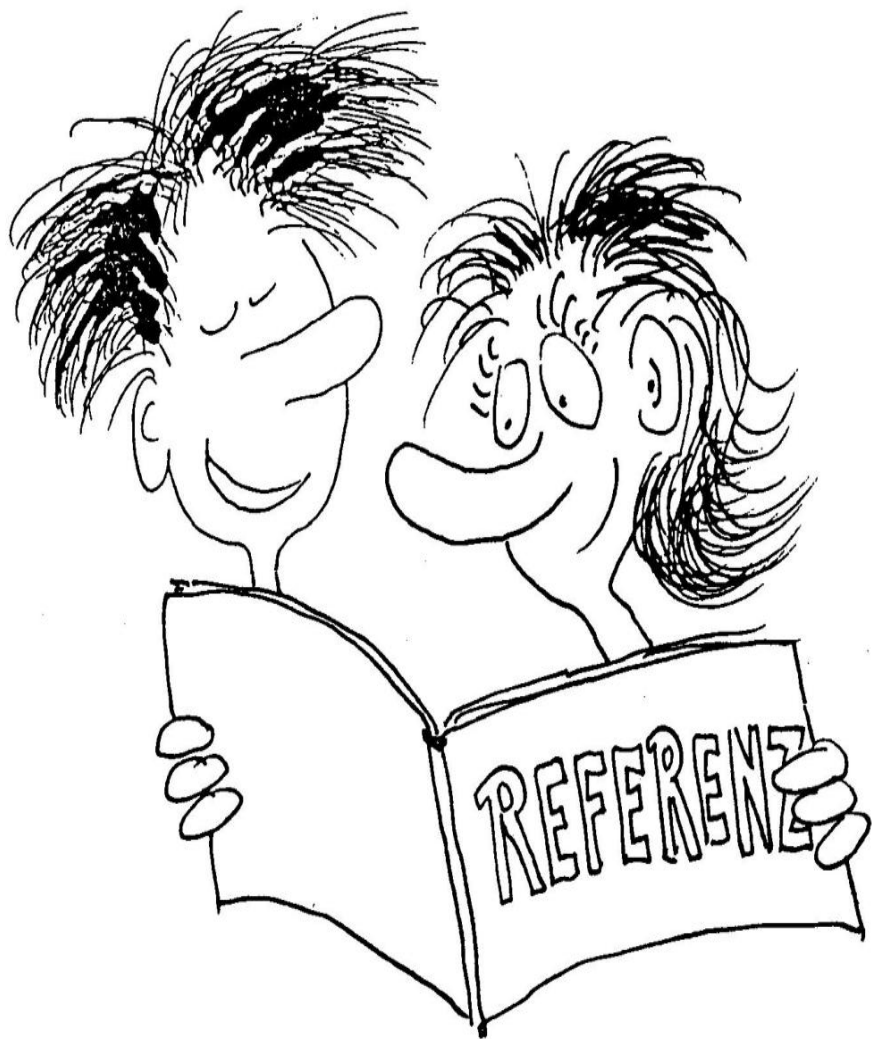
Tipp 3

Als aktiver Monteur stehen Ihnen mannigfache Auftragschancen offen.

Nicht nur im eigenen Gewerk, sondern auch in vielen anderen Unternehmensbereichen haben Sie die Möglichkeit Chancen für Ihr Unternehmen zu nutzen.

Selbst Baustellenmonteure/Gesellen mit wenig Kundenkontakt haben vielfältige Möglichkeiten um auch **Nachbarn** auf Verbesserungsmöglichkeiten hinzuweisen.

Auch bei Gesprächen im **Freundes- und Bekanntenkreis** oder in **Vereinskontakten** ergeben sich Chancen für das eigene Unternehmen.



Wie bereiten Sie sich idealer weise auf ein Beratungsgespräch beim Kunden vor?

- 1** Informieren Sie sich in der **Kundendatei** Ihres Unternehmens über Ihren Kunden und seine haustechnische Anlage.
- 2** Nutzen Sie **Informationsmaterial**, wie Prospekte, Muster, Ausstellungsgeräte.
- 3** Beschaffen Sie sich Fotos von **Referenzanlagen**. Nichts überzeugt einen Kunden mehr, als funktionierende Geräte bei anderen Kunden von Ihnen.

Tipp5

Unterlagen bereit haben

Stellen Sie sich für Ihr Beratungsgespräch Verkaufsunterlagen und Argumentationshilfen zusammen.

Sollten Sie beabsichtigen auch Preise zu nennen, organisieren Sie sich die aktuellen Preisunterlagen.

Klären Sie mit Ihrem Chef/Meister, ob und wie viel Nachlass Sie Ihrem Kunden bei Bedarf einräumen dürfen.

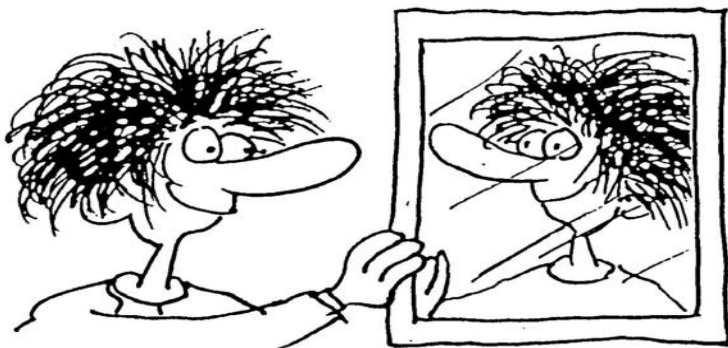
Achten Sie darauf, dass Ihre Unterlagen immer „up-to-date“ sind.

Überprüfen Sie in regelmäßigen Abständen, ob dies noch zutrifft.

Als Monteur/Geselle sind Sie **Sympathieträger** Ihres Unternehmens.

Damit Ihr Beratungsgespräch erfolgreich ist, sollten Sie alle wichtigen **Einflussfaktoren** vor dem Auftritt beim Kunden überprüfen:

- Persönliches Erscheinungsbild
- Saubere Arbeitskleidung
- Sauberes Firmenfahrzeug
- Überziehschuhe beim Betreten der Wohnung
- Sympathische Ausstrahlung
- Professionelle Begrüßung



Tipp 7

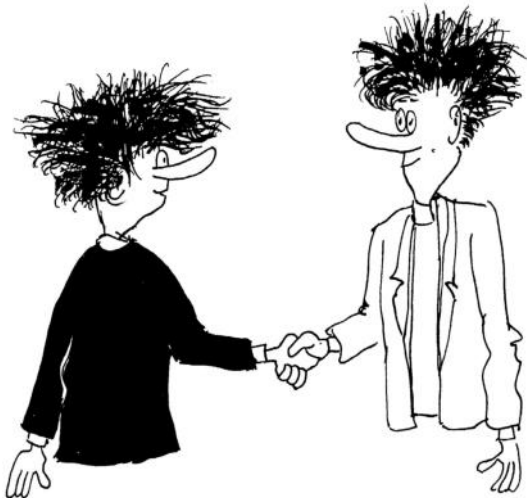
Professionelle Kundenbegrüßung

Ein lasches „Morgen, ich soll Ihren Wasserhahn reparieren“ kommt noch viel zu oft im Handwerk vor.

So entsteht der erste Eindruck mit schlimmer Signalwirkung auf den Kunden:

„Oh Gott, wieder einer dieser typischen Handwerker“. Die zeitgemäße moderne Kundenbegrüßung besteht heute aus **fünf** Teilen. Professionelle Monteure haben diese verinnerlicht:

1. Gruß
2. Kundenname
3. Monteurname
4. Firmenname
5. Grund



Wie Sie nicht beginnen

Tipp 8

Drei Regeln sollten Sie beachten, wenn Sie ein Beratungsgespräch starten.

Regel A

Nicht mit einer Entschuldigung beginnen (schließlich haben Sie ja eine u.U. wertvolle Information für den Kunden in Bezug auf Energieeinsparung etc.)

Regel B

Nicht abfragen („brauchen Sie...?“). Starten Sie Ihr Beratungsgespräch mit einer gut durchdachten Formulierung, die das Interesse Ihres Gesprächspartners weckt.

Regel C

Nicht Gründe bzw. Personen vorschieben („mein Chef schickt mich...“).

Tipp9

Starten Sie mit System

Der entscheidende Moment im Beratungsgespräch ist der Satz, mit dem Sie die Beratung beginnen: Vier Beratungssätze haben sich in der Praxis als wirksam und erfolgreich erwiesen:

1. „Haben Sie schon einmal überlegt...?“
2. „Könnte es für Sie interessant sein...?“
3. „Sind Sie mit ... noch glücklich, Frau X?“
4. „Ist Ihnen schon aufgefallen...?“

Wenn Ihnen der Kunde/die Kundin auf Ihre Frage ein positives Signal gibt, können Sie Ihre Anregungen und Ideen darlegen.



Ihre Kunden werden Ihnen dankbar sein, wenn Sie auf **Gefahren und Probleme** aufmerksam machen.

Als Monteur/Geselle stehen Sie – anders als Ihr Chef – nicht im Verdacht nur verkaufen zu wollen.

Sie genießen das Vertrauen des Kunden. Ihre Hinweise werden deshalb in der Regel von Ihren Kunden sehr ernst genommen.

Ihr rechtzeitiger Hinweis auf mögliche Folgeschäden oder auftauchende Probleme kann Ihrem Kunden **hohe Kosten ersparen**.

Tipp 11

Nutzung von Einsparpotentialen

Als Monteur werden Sie in Zukunft immer stärker als **Kundenberater** gefragt sein.

Gerade im Energiesparsektor ist Ihr Rat gefragt. Besorgen Sie sich deshalb permanent aktuelle Informationen, um Ihre Kunden zuverlässig beraten zu können. In Zeiten, in denen die Energiepreise explodieren, sind Ihre Tipps und Anregungen besonders gefragt.

Empfehlen Sie Ihren Kunden aber nur ihre Anlage zu modernisieren, wenn damit **tatsächlich Energie einsparungen** verbunden sind



Tipp 12

Neuerungen zum Vorteil Ihrer Kunden

Informieren Sie Ihre Kunden über **Neuerungen** in Technik, Design oder Preisen.

Darüber hinaus können Sie wertvolle Hinweise zur Nutzung von Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten (Staatliche Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten) geben.

Erklären Sie Ihren Kunden auch, dass die Modernisierung oder der Austausch von Geräten oder Anlagen zur **Reduzierung** von Reparatur- und Wartungskosten führen kann.

Ihre Kunden werden Ihnen dankbar für diese Hinweise sein.

Welcher Kunde will schließlich nicht sparen?

Tipp 13

Kontern Sie das Baumarkt-Argument

Durch die aggressive Werbung glauben viele Kunden, dass sie im Baumarkt das bessere Angebot erhalten.

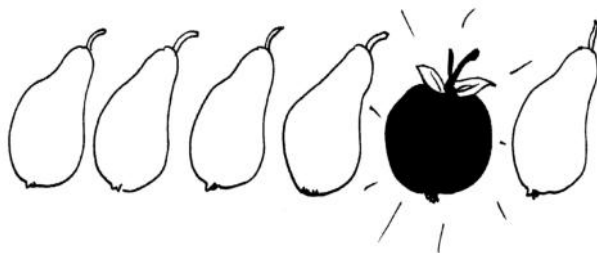
Das ist oft ein **Trugschluss**, den der Kunde meist zu spät bemerkt.

Verdeutlichen Sie Ihren Kunden anhand von Beispielen die Lebenserfahrung, wonach „billig“ längst nicht immer preiswert ist.

Sagen Sie ihm, dass Handwerkerleistung eine Langzeitinvestition ist. Machen Sie dem Kunden die Vorteile von Markenprodukten bei Qualität, Verarbeitung, Funktion, Materialien und Langlebigkeit klar.

Gehen Sie auch auf die Ersatzteilbeschaffung ein. Baumärkte bevorraten meist keine Ersatzteile, während Ihr Unternehmen über lange Jahre eine unproblematische Ersatzteilbeschaffung sicherstellt.

Wenn Ihr Kunde „**Äpfel mit Birnen**“
vergleichen will, sollten Sie ihn auf die Folgen
einer falschen Entscheidung hinweisen.



Stellen Sie dabei besonders die Vorteile des
Kunden- und Notdienstes dar, den in dieser
Form ausschließlich das Fachhandwerk stellt.

Bei Fremdanbietern wird der Kunde im Notfall
oft **allein gelassen**.

Die Folgen daraus können für ihn besonders
unangenehm werden.

Tipp 15

„Pfusch am Bau“

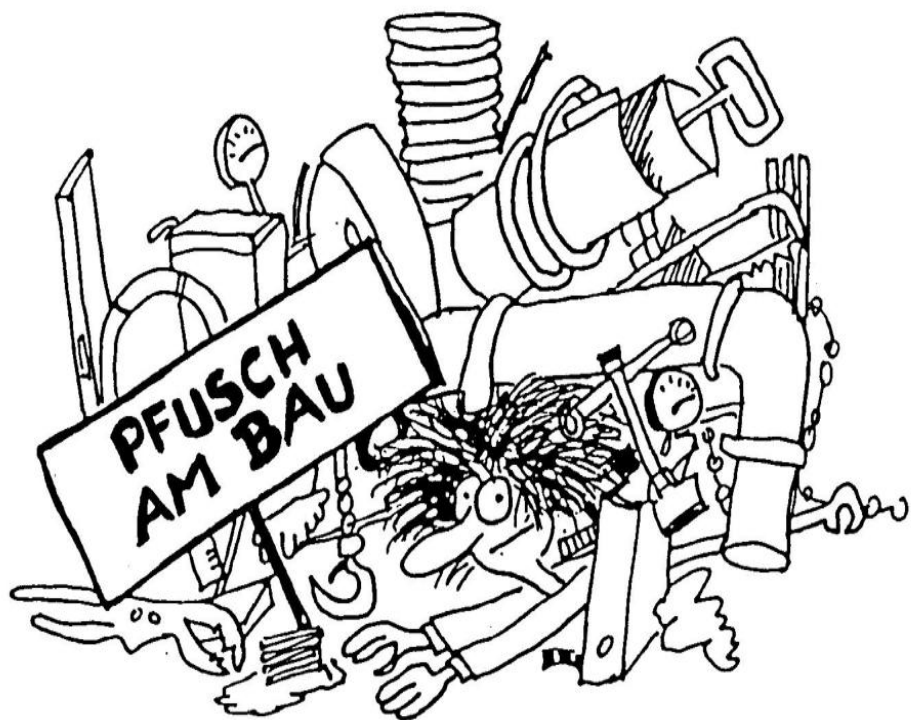
Verweisen Sie in Ihrer Beratung auf das **Risiko** für den Kunden, sich durch Billigstanbieter oder Schwarzarbeiter „Pfusch am Bau“ einzuhandeln.

Weisen Sie auf versicherungstechnische und rechtliche **Probleme** hin, die beim Einsatz von Schwarzarbeitern entstehen können.

Zeigen Sie Grenzen auf, die der Heimwerker vernünftigerweise beachten sollte.

Unsachgemäße Do-it-yourself-Arbeit kann teuer kommen. Sagen Sie dem Kunden: wer das Leistungsangebot des Fachhandwerks mit Billigangeboten fachfremder Wettbewerber vergleicht, verwechselt Hamlet mit Kotelett.

Hier handwerklicher „Maßanzug“, dort meist fragwürdige Standardprodukte „von der Stange“ mit „Spätfolgen“ für den Kunden.



Tipp 16

Verkaufseifer nicht übersteigern

Achten Sie darauf, dass der Verkaufseifer nicht überhand nimmt.

Wo preiswerte Reparaturen sinnvoll sind, verbietet sich - in Ihrem Interesse - der Verkauf von „Ersatzbedarf“.

Der Kunde, der sich durch Ihren Betrieb übervorteilt fühlt, läuft nämlich künftig **gegen Sie** Reklame. Damit erreichen Sie das Gegenteil Ihrer Bemühungen.

Wenn der Kunde Ihre Empfehlungen und Anregungen nicht aufnehmen will, sollten Sie sich für seine Aufmerksamkeit und sein Interesse bedanken und das Gespräch **freundlich beenden**.



Tipp 17

Wettbewerber nicht verunglimpfen

Kritisieren Sie **niemals** Wettbewerber oder deren Produkte. Kunden schätzen es nicht, wenn ein Unternehmen seinen Mitbewerber diffamiert oder verunglimpft.

Dies wirft ein schlechtes Licht auf das Unternehmen selbst.

Überzeugen Sie besser durch **sachliche Argumente** und sichtbare Verkaufshilfen.

So kann Ihr Kunde die Ernsthaftigkeit Ihrer Aussagen und Anregungen erkennen.

Sie werden als fairer Partner erlebt, der seine Aussagen mit einer fairen Argumentation unterstreicht.

Wenn es Ihnen als Monteur gelingt, für Ihr Unternehmen in der Auftragsbeschaffung erfolgreich zu sein, werden Sie Ihren Stellenwert im Unternehmen festigen.

Behalten Sie Ihre **Erfolgsgeheimnisse** aber nicht für sich. Geben Sie auch Kollegen Tipps und Informationen über Ihre Vorgehensweise.

Wenn Sie bei Ihren Kundeneinsätzen für Auszubildende verantwortlich sind, sollten Sie auch diese frühzeitig sensibilisieren.

Geben Sie nicht nur technisches sondern auch verkäuferisches Know-how an Ihre Kollegen weiter. Dann erweisen Sie sich als wertvoller „**Teamplayer**“ für Ihr Unternehmen.

Tipp 19

Erkennen Sie Ihre Vorteile

Verkaufsaktive Monteure leisten mehr als Monteure mit dem überholten Berufsbild des „technischen Handwerkers“.

Ihr Einsatz **sichert Arbeitsplätze** im Betrieb und eine **stabile Auftragslage** für das ganze Unternehmen. Die Vorteile für verkaufsaktive Monteure liegen auf der Hand:

- Sie sichern langfristig Ihre Existenz
- Sie sind am Markt gefragt
- Sie erhöhen Ihr Einkommen

Das „mehr“ an Einsatz führt überdies zur Zufriedenheit mit der eigenen Leistung.





Wer oft fragt, der küsst auch oft (ein Branchenwitz)

Ein Sanitärmonteur liegt im Krankenhaus. Sein Kollege besucht ihn und findet ihn mit einem fürchterlich blauen Auge vor. Er wundert sich: „Jetzt liegst du zum vierten mal in diesem Jahr im Krankenhaus. Hast du wirklich soviel Pech, oder wie kommt das?“ Der lädierte Patient antwortet: „Wer oft fragt, küsst auch oft!“ - „Wie meinst du denn das? Das musst du mir schon erklären“. - „Ganz einfach“ sagt der andere, „Ich klinge bei meinen Kundinnen an der Tür. Bei den hübschesten frage ich dann jedes mal: darf ich Sie küssen?“ Und die Erfolgsquote?“ fragt ihn der Kollege. „Hoch, sehr hoch!“, antwortet der Lädierte. „Ja aber, weshalb liegst du denn dann im Krankenhaus?“ will der andere weiter wissen. - „Na ja, es kommt auch schon mal vor, dass der Ehemann Zuhause ist“.



Ottmar Kuball

Ärmelhoch-Trainer

Betriebswirt des Handwerks

Lizenzierter Trainer für

Berufs- und Lebenszielplanung

Buchautor



Werner Heimbach

Ärmelhoch-Trainer

Betriebswirt des Handwerks

Meister/Techniker

Lizenzierter Trainer für

Persönlichkeit/Menschenkenntnis

Buchautor