

Ziel des Handwerkers sollte es sein, das gläserne Bad wie ein begehrtes Schmuckstück zu vermarkten.

DAS TRANSPARENTE BAD RICHTIG VERMARKTEN

Machen Sie die Glasdusche zum Objekt der Begierde

Der Trend geht zu mehr Glas im Badezimmer. Der Glashandwerker hat es nun in der Hand, ob er eine Nasszelle oder eine Wellness-Oase anbieten will. Professionelle Vertriebs- und Marketinghilfe bietet der Beschlaghersteller Diversign seinen Partnern an, um das gläserne Bad als Schmuckstück zu vermarkten.

Seit 20 Jahren stellt die Diversign GmbH Beschläge für rahmenlose Ganzglasduschabtrennungen her. Das Unternehmen setzt dabei auf Qualität: Alle Beschläge werden in Deutschland aus massivem Messing produziert.

In den letzten Jahrzehnten hat das Handwerk nach Auskunft des Unternehmens einen Wandel durchgemacht: der Schwerpunkt hat sich von der Umsetzung handwerklicher Arbeiten hin zum Verkauf und damit zum Vertrieb verschoben. Jeder Handwerksbetrieb benötigt Warenverkäufe, um seine Stundenlöhne zu kompensieren und wettbewerbsfähig zu bleiben. Deshalb kann nach Meinung von Diversign der Handel mit billiger Massenware keine dauerhafte Strategie sein.

Viele Glaser avancieren zu Billiganbietern und erhalten nur noch dann lukrative Aufträge, wenn Sie mit Ihrem Fachwissen den Kunden aus der Klemme helfen, indem sie eine Sonderlösung anbieten. Daher ist es umso bedenklicher, dass sich die Fachbetriebe automatisch in den Billigpreissektor befördern und branchenfremden Anbietern das Geschäft überlassen.

Ein guter Ruf als Visitenkarte

Es hat sich gezeigt, dass viele Glaser ihre Arbeit und Produkte zu gering einschätzen, betriebswirtschaftliche Regeln außer Acht lassen und weit unter den üblichen Marktpreisen verkaufen. Der Fachbetrieb muss sich als Marke in der Region positionieren, die auf hochwertige

Arbeit und klaren Leistungsversprechen basiert. Eine starke Marke – der gute Ruf, der den Produkten und Dienstleistungen voraussetzt – ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor.

Unterstützung für den Handwerker

Die Geschäftsführer und Inhaber der Diversign GmbH, Peter Eutebach und Horst Stewin, setzen deshalb auf die technische Unterstützung Ihrer Kunden und bieten hochwertige Produkte an, die es dem Glaser erlauben, seine Wertschöpfung zu steigern. Dann lassen sich auch hochwertige Produkte zu marktüblichen Preisen und mit angemessener Handelsspanne verkaufen. Andere Handwerksbranchen bieten bereits Schulungen im Vertrieb und Unterstützung im

Die hochwertigen Duna-Badbeschläge werden aus massivem Messing produziert und stammen alle aus deutscher Fertigung.



Foto: Duna

Marketing an. Oftmals sind diese Maßnahmen aber gerade für kleine und mittelgroße Handwerksbetriebe eine große Hürde, da professionelle Schulungen und Werbekonzepte oft hohe Investitionskosten verursachen.

Um hier aktiv die Glasverarbeiter zu unterstützen, hat der Beschlaganbieter mithilfe von Trainern aus der Handwerksbranche einen Vertriebsverbund für Glaser entwickelt.

So wird aus einem Glas-Handwerker ein Verkaufsprofi

Das Partnerkonzept, das Peter Eutebach und Horst Stewin anbieten, beinhaltet eine Weiterbildungs-Akademie, die auf der bioLogic basiert. Dies ist eine aus der Psychologie abgeleitete Herangehensweise, um zu erkennen, welcher Typ Kunde vor dem Berater/Handwerker steht. In den Schulungen lernen Betriebsinhaber, Verkäufer und Monteure aus den Handwerksbetrieben, wie sie sich dem Kunden gegenüber verhalten müssen, um hochwertige Beschläge und Glasprodukte zu verkaufen.

Peter Eutebach: „Jeder Inhaber, der sich in den Trainingseinheiten mit seinem Betrieb und seinen (Verkaufs-)Zielen auseinandergesetzt hat, geht nach unserer Erfahrung mit neuem Elan an die Umsetzung. Gleichzeitig wird er sicherer im Umgang mit seinen Kunden.“

Und Horst Stewin ergänzt: „Damit dieser Elan auch nachhaltig bleibt und alle Mitarbeiter des Betriebs mit auf den Weg genommen werden,

können die Firmen, die am Partnerkonzept teilnehmen, unser Schulungsangebot für sich und ihre Mitarbeiter das ganze Jahr über nutzen. So werden die Betriebe kontinuierlich trainiert und motiviert, ihre Position am Markt zu stärken.“

Für jeden Teilnehmer das passende Marketingpaket

Allen Partnern wird zudem ein speziell für die Glaser-Branche konzipiertes Marketingpaket angeboten, das Imagebroschüren, Werbemittel inklusive Verteilung sowie Konzepte zur Forcierung von Weiterempfehlungen beinhaltet. Auch Ideen und die Unterstützung beim Internetauftritt sowie die Nutzung sozialer Netzwerke und Strategie zur Kundengewinnung im Netz, ergänzen das Angebot.

Die Inhaber, die Duna-Beschläge verkaufen und sich für eine Partnerschaft entschließen, erhalten für das Konzept einen Gebietsschutz zur aktiven Bearbeitung. So will der Anbieter auch in diesem Punkt zeigen, dass er wirkliche Partnerschaft lebt. Es können komplette Beschlagsets mit schon ausgenommenen Dichtungen oder Einzelteile bezogen werden. Dies wird durch eine einfache Preisgestaltung ergänzt: Der Handwerkerpartner kann sich eine einfache Preisliste gestalten, die im Direktverkauf eine schnelle Preisfindung garantiert. Eine zeitaufwendige Kalkulation entfällt dadurch.

Zu den Produkten liefert der Beschlaghersteller dem Handwerker umfangreiche und verständlich gestaltete technische Unterlagen.

Die Diversign stellt ihr Partnerkonzept in wiederkehrenden Veranstaltungen vor. Diese finden in ganz Deutschland statt. Hier kann sich jeder Handwerksunternehmer über die partnerschaftliche Unterstützung und die weiteren Inhalte und Möglichkeiten des Vertriebsverbunds informieren. Informationen dazu unter

www.ichundduna.de



Peter Eutebach (l.) und Horst Stewin von Diversign bieten Partnern umfangreiche Marketingunterstützung und ein ganzjähriges Schulungsangebot an.