

Leitfaden

Monteure helfen verkaufen



	Seite
1. Die Tipscheckheft-Idee	1 - 6
2. Ein Sofortprogramm in 10 Punkten	7
3. Wichtige Hinweise für aktive Monteure Argumentationshilfe für aktive Monteure	8
4. Anwendungstips für aktive Monteure	9
6. Provisionstabelle	10
7. Bestellschein	11
8. Wer oft fragt, küßt auch oft	12



Die Tipscheckheft-Idee für verkaufsaktive Monteure

Chef-Leitfaden

Die Ausgangssituation

Aktives Verkaufen wird in Zukunft ein Aufgabenfeld für das gesamte Team eines Unternehmens werden. Dabei wird ein wesentlicher Erfolgsfaktor die aktive Betreuung und auch der Verkauf durch Ihre Mitarbeiter 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.

Die Kalkulation der Stundenverrechnungssätze stellt erfahrungsgemäß eine der zentralen Problemstellungen in Sanitär- und Heizungsunternehmen dar. Bedauerlicherweise haben die Endverbraucher noch nicht begriffen, daß die Stundenverrechnungssätze, die sie zu zahlen bereit sind, nicht kostendeckend sind. Die Folge: zahlreiche Unternehmen der Branche kalkulieren ihre Stundenverrechnungssätze auf der Basis von geschätzten bzw. am Markt (Wettbewerber vor Ort) orientierten Werten.

Das wiederum heißt, daß Sie als Installationsunternehmen gezwungen sind, das **Defizit** über den Materialaufschlag abzufedern. Die zentrale Frage lautet: wie kann ich den Materialanteil bei Kundendienstesätzen, Reparaturen, Wartungen, Austauscharbeiten und Renovierungen erhöhen?

Die Chancen für innovative Unternehmen

Wir konkurrieren heute nicht mehr mit der Qualität der Produkte, sondern mit der Qualität der Mitarbeiter. Wenn es Ihnen gelingt, Ihre Monteure für den Verkauf zu gewinnen, eröffnen sich für Ihr Unternehmen neue Chancen in der Zukunft.

Ihre Monteure besitzen zahlreiche Möglichkeiten, die in kaum einer anderen Branche so bestehen. Verkaufsaktive Monteure sind in zwei Schritten aktiv. Im ersten Schritt **erkennen** sie Verkaufschancen. Im zweiten - und entscheidenden Schritt - **nutzen** sie diese Chancen für das Unternehmen.



Die Idee Tip-Scheckheft

Wie können Sie Ihr Monteurteam schnell auf den Erfolgsweg zum aktiven Verkauf bringen?

Erklären Sie Ihren Monteuren mit Kundenkontakt die Branchensituation und die damit verbundenen Risiken und Chancen. Ihre Mitarbeiter sollten wissen, daß verkaufsaktive Monteure der Schlüssel zur Unternehmenszukunft sein können.

In Absprache mit den Mitarbeitern sollten Sie kurzfristig ein wirksames System zur Verkaufsunterstützung vereinbaren. Die Tipscheckheft-Idee ist schnell und einfach umzusetzen.

Aktive Unternehmen setzen das System in drei unterschiedlichen Varianten ein.

- VARIANTE A: Das Tipscheckheft wird lediglich zur Erfassung der Verkaufschancen eingesetzt. Eine Provisionierung erfolgt nicht.
- VARIANTE B: Das Tipscheckheft in Verbindung mit einem Provisionssystem fördert den Verkauf.
- VARIANTE C: Das Tipscheckheft in Verbindung mit einem Provisionssystem und einem Prämiensystem fördert den Verkauf.

Die Umsetzung der Idee

Wie funktioniert VARIANTE A?

Die Mitarbeiter engagieren sich ausschließlich aus Unternehmensinteresse. Erfahrungsgemäß werden einzelne Mitarbeiter die Idee mittragen. Ein Großteil der Mitarbeiter wird sich nicht an der Idee „Tip-Scheckheft“ beteiligen.



Wie funktioniert VARIANTE B?

Erfahrungsgemäß engagieren sich weit mehr Mitarbeiter, wenn Sie mit einem Provisionssystem einen Anreiz für Verkaufsaktivitäten schaffen. Dabei sollten Sie aber den Grundsatz der Freiwilligkeit gelten lassen. Verkaufengagement läßt sich nicht verordnen.

Ein Prämiensystem funktioniert dann, wenn es einfach und durchschaubar ist. Es hat sich schnell gezeigt, daß feste Provisionsbeträge wirkungsvoller als prozentuale Erfolgsbeteiligungen sind. Viele Monteure sehen darin den Vorteil, daß sie damit schon bei der Beratung ihren unmittelbaren (monetären) Nutzen vor Augen haben. Sie können auf Anhieb sehen, wie sich ihr Einsatz gelohnt hat.

Sie sollten Ihren Monteuren eine möglichst einfache Provisions-tabelle übergeben. Damit diese Tabelle für Ihre Monteure übersichtlich bleibt, sollten Sie nicht mehr als dreißig bis maximal vierzig Produkte provisionieren. Ein unverbindliches Beispiel-exemplar finden Sie beigelegt.

In der Praxis hat sich gezeigt, daß die Provisionsbeträge sinnvoller-weise in einem niedrigen Rahmen gehalten werden sollten. Für den Anstoß zu einer Badmodernisierung sind 150,00 DM eine ausreichende Summe. Zum einen wird so gewährleistet, daß Ihre Kal-kulation im vernünftigen Rahmen bleiben kann, zum anderen werden Ihre Mitarbeiter nicht übermotiviert in die Beratungen gehen.

Das Tipscheckheft ist übrigens jeweils mit einem Durchschlagblatt versehen. Dieser Durchschlag verbleibt im Heft. Er dient Ihren Mit-arbeitern zur Kontrolle, ob die Tip`s bearbeitet werden, bzw. die Provisionsbeträge mit der Monatsabrechnung korrekt ausbezahlt wurden.

Wie funktioniert VARIANTE C?

Die besten Erfolge mit dem Tipscheckheft werden erzielt, wenn das Provisionssystem durch ein einfaches Prämiensystem unterstützt wird.

Fast alle großen Vertriebsorganisationen unterstützen die Aktivitäten der Verkaufsmitarbeiter mit attraktiven Wettbewerben. Prämiensysteme haben sich seit vielen Jahren bewährt und steigern das Mitarbeiterengagement.



Es bieten sich Ihnen dabei viele Varianten. Eine einfache Möglichkeit wäre es beispielsweise, wenn Sie zweimal jährlich (Stichtage 30.6./31.12.) einen Wettbewerb ausschreiben. Der Mitarbeiter, der im jeweiligen Zeitraum die meisten Tips für das Unternehmen leistet, erhält eine Prämie im Wert von beispielsweise 500,00 DM, der Zweitplatzierte im Wert von 50,00 DM.

Dabei sollten Sie immer darauf achten, daß Sie stets neue Prämienideen entwickeln. Alle Motivationen die berechenbar sind, halten nur eine gewisse Zeit. Unerwartete Belohnungen dagegen motivieren, interessieren und lassen Erwartungen entstehen. Bewährt haben sich immaterielle Prämien, insbesondere Veranstaltungen, die sich der Mitarbeiter normalerweise nicht leisten würde. Engagieren Sie beispielsweise für den Wettbewerbssieger einen Party-service. Schenken Sie ihm eine Reise zum Musical Starlight Express (natürlich in der ersten Reihe). Oder besorgen Sie ihm (beste) Eintrittskarten zu einer bedeutenden Sportveranstaltung.

Mit solchen Prämienideen fördern Sie den Wettbewerb. Wenn Sie den Grundsatz beachten, daß die Partnerin Ihres Monteurs immer von der Prämie mitprofittiert (Reise etc.), erhöhen Sie die Motivation nochmals bedeutend.

Wie gewährleisten Sie Chancengleichheit?

Allen Monteuren Ihres Unternehmens stehen viele Auftragschancen offen. Nicht nur im eigenen Gewerk, sondern auch in allen anderen Unternehmensbereichen kann sich ein Mitarbeiter engagieren.

Auch Baustellenmonteure mit weniger Kundenkontakt haben vielfältige Möglichkeiten. Die Erfahrungen im Pilotbetrieb zeigten, daß das Tipscheckheft von diesen Mitarbeitern genutzt wurde, um auch Nachbarn auf Verbesserungsmöglichkeiten hinzuweisen. Auch bei Gesprächen im Freundes- und Bekanntenkreis oder in Vereinskontakten wurde das handliche Instrument eingesetzt.

Übrigens: Sie werden immer einige Monteure in Ihren Reihen haben, welche über natürliche Verkaufstalente verfügen. Andere Mitarbeiter verweigern sich erfahrungsgemäß allen Verkaufsaktivitäten. Diese Mitarbeiter sind jedoch genau so wertvoll für die Tipscheckheft-Idee. Sie setzen das Tipscheckheft vorwiegend als reinen Informationsträger ein.



Es gibt also drei Tipscheckheft-Nutzer bei den Monteuren:

1. Der Verkäufer (verkauft aktiv, hat Spaß am Verkaufen)
2. Der Berater (berät seine Kunden, überläßt den Verkauf aber z.B. dem Chef)
3. Der Beobachter (notiert stillschweigend Defizite an der Kundenanlage im Tipscheckheft. Ohne dabei die Kunden anzusprechen)

Wie kommt die Idee schnell in`s Laufen ?

Wenn Sie sich entschieden haben, mit dem Tipscheckheft zu arbeiten, ist es wichtig, daß möglichst schnell eine Eigendynamik eintritt. Sie können dies durch einen kleinen, aber wirkungsvollen Einführungswettbewerb unterstützen. Teilen Sie Ihrem Team mit, daß es für den 25., 50., 75. und 100. Tip eine Sonderprämie gibt.

Damit erreichen Sie gleichzeitig, daß nicht nur für Kundendiensttechniker, sondern auch für Baustellenmonteure eine Anreiz geschaffen ist.

Beispiele:

- | | |
|----------|---|
| 25. Tip | Begleichung der letzten Telefonrechnung |
| 50. Tip | Erstattung einer Tankfüllung für den Privat-PKW |
| 75. Tip | Übernahme letzter Kassenbon im Supermarkt |
| 100. Tip | Jahres-Familienkarte für das Erlebnisbad |

Auch bei diesen Beispielen sind die Partnerin, bzw. die Familie Ihres Mitarbeiters integriert.

Sie können die Spannung erhalten, wenn Sie beispielsweise für den 500. Tip eine Überraschung ankündigen.



Ein Sofortprogramm in 10 Punkten

1. Beginnen Sie zunächst einen Testlauf mit Ihrem aktivsten und aufgeschlossensten Monteur . Sie können damit den restlichen Mitarbeitern beweisen, daß aktives Verkaufen/Beraten möglich ist
2. Besprechen Sie mit Ihren Mitarbeitern gemeinsam das Thema „Chancen erkennen - Chancen nutzen“. Stellen Sie dar, weshalb die Verkaufsunterstützung durch die Monteure so enorm wichtig für das Unternehmen ist. Erklären Sie die Vorgehensweise mit dem Tip-Scheckheft.
3. Üben Sie mit Ihren Monteuren die Kundenansprache
4. Binden Sie auch Ihre Auszubildenden ein
5. Starten Sie die Aktion mit einem Wettbewerb (z.B.: für den 25. Tip der eingeht, übernimmt das Unternehmen die Begleichung der letzten Telefonrechnung)
6. 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
7. Beobachten Sie die Verkaufserfolge der einzelnen Mitarbeiter (Monats-Jahresrennlisten)
8. Richten Sie monatliche Wettbewerbe aus (z.B. Klarsichtfilter-Monat, Ausdehnungsgefäß-Monat). Sie wecken damit den Spieltrieb der Mitarbeiter
9. Führen Sie nach wenigen Wochen einen Erfahrungsaustausch durch (Tip-Round-Table), so daß Ihre Monteure Erfolge und Problemsituationen darlegen können.
10. Bedanken Sie sich immer für jeden einzelnen Tip Ihrer Mitarbeiter. Wenn Sie diesen wichtigen Grundsatz beachten, werden Sie die Motivation Ihrer Mitarbeiter aufrechterhalten.



Tipscheckheft-Idee

Wichtige Hinweise für engagierte Monteure

Was zeichnet einen erfolgreichen Monteur heute aus? War es früher nur das reine Fachwissen, sind heute zwei neue Anforderungen hinzugekommen: kundenorientiertes Verhalten und verkäuferischer Einsatz.

Welches ist dabei das wichtigste Aufgabenfeld? Diese Frage beantwortet eine andere Frage: Welches ist der wichtigste Fuß an einem dreibeinigen Schemel?

Aktives Verkaufen wird in Zukunft ein Aufgabenfeld für alle Mitarbeiter eines Unternehmens werden. Dabei wird ein wesentlicher Erfolgsfaktor die aktive Beratung und auch der Verkauf durch aktive Mitarbeiter vor Ort werden. In vielen Betrieben zeigen engagierte Monteure bereits heute, daß sie sehr gut in der Lage sind, den Verkaufserfolg der gesamten Organisation wirkungsvoll zu unterstützen.

Da die Stundenverrechnungssätze 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?

Wir 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. Sie besitzen zahlreiche Möglichkeiten, die in kaum einer anderen Branche so erfolgversprechend bestehen.

Argumentationshilfe für aktive Monteure

Der entscheidende Moment im Beratungsgespräch ist der Satz, mit dem Sie die Beratung beginnen: Drei 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?“**

Wenn Ihnen der Kunde/die Kundin auf Ihre Frage ein positives Signal gibt, können Sie Ihr Beratungsgespräch mit dem Kunden beginnen.



Monteurverkauf/-beratung

Anwendungstips für aktive Monteure

So arbeiten Sie mit dem Tip-Scheckheft:

Tip-Scheck sauber lesbar, mit Kugelschreiber ausfüllen.

Das Original geben Sie schnellstmöglich an Ihr Kundendienstbüro, die Durchschrift ist für Ihre Kontrolle.

Ihr Kundendienstbüro teilt Ihnen jeweils monatlich mit, was aus den Tips geworden ist, bzw. erstellt eine Abrechnung für die erfolgreich verlaufenen Verkaufsverhandlungen aufgrund Ihrer Tips. Viel Erfolg!

Beim Ausfüllen bitte den beiliegenden Durchschreibeschutz vor den nächsten Tip-Scheck legen, damit die Durchschrift nicht auf die dahinterliegenden Tip-Schecks drückt!



Beispielexemplar für eine Provisionstabelle

SANITÄR

Badmodernisierung	150,00
Enthärtungsanlage	35,00
Dosieranlage	25,00
Wannensanierung	25,00
Duschabtrennung	25,00
WW-Boiler 30-100 ltr.	25,00
WW-Boiler 5-10 ltr.	10,00
Wasserverteilung kpl.	10,00
Wartungsvertrag	10,00
Wasserfilter	5,00
Eingriffarmatur	5,00
Spülkasten	5,00
Massagehandbrause	5,00

HEIZUNG

Solaranlage	100,00
Heizkesseltausch	75,00
Öl-/Gasbrenner	30,00
WW-Speicher	30,00
Edelstahlkamin	20,00
Handtuch-HK	15,00
Heizungsregelung	15,00
Wartungsvertrag	10,00
Heizkörper	10,00
Ausdehnungsgefäß	5,00
Umwälzpumpe	5,00
Kundendienst	5,00
Thermostatventil	5,00

PS: Bringen Sie auf Ihrer Provisionstabelle den Vermerk „vertraulich“ an.



„Wer oft fragt, küßt auch oft“

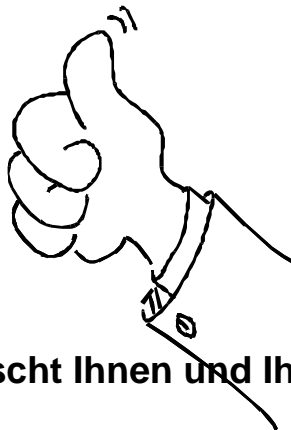
Ein Branchenwitz macht deutlich, daß verkaufsaktive Monteure nicht immer Erfolg haben werden.

Verdeutlichen Sie Ihren Monteuren, daß für den Monteurverkauf das Prinzip gilt: Wer oft fragt, küßt auch oft!

Ein Sanitärmonteur liegt im Krankenhaus. Sein Kollege besucht ihn und findet ihn mit einem fürchterlich blauen Auge vor. Nachdem er ihn ausgiebig bedauert hat, wundert er sich: „Jetzt liegst du zum vierten mal in diesem Jahr im Krankenhaus. Hast du wirklich soviel Pech, oder wie kommt das? Kannst du mir das erklären?“

Der lädierte Patient antwortet ihm ganz kurz: „Wer oft fragt, küßt auch oft!“ Das versteht der Kollege nicht: „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 jedesmal: 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“.



HaZweiOh wünscht Ihnen und Ihren Monteuren viele Küsse !

