

dds

DAS MAGAZIN FÜR MÖBEL UND AUSBAU



ALLES PARAT

Wie es in Werkstatt und Maschinenraum rund läuft

HANDWERK + FORM

Ausgewählte Arbeiten vom hochklassigen Gestaltungswettbewerb im Bregenzerwald

HANDMASCHINEN

dds-Leser testen den Duo-Dübler von Mafell und neue Elektrowerkzeuge von Metabo

FENSTERBAU

dds-Windoor mit Best-Practice-Beispielen zur Holzfensterlackierung und zur Montage

DIE MACHT EINER KLAREN POSITION

Wie Sie ertragreicher verkaufen. Die Kolumne von Roland Schraut

Bekommen Sie Aufträge, die Ihrer technischen Ausstattung, den Fähigkeiten und Stärken Ihres Teams entsprechen? Welche Art Kunden kommen zu Ihnen? Passen deren Budgetvorstellung zu Ihrem Preisgefüge und zu Ihrem Stil? Ich fürchte, in vielen Betrieben stellt man sich diese Fragen nicht wirklich. Es kommt halt, wer den Betrieb irgendwie findet und grundsätzlich wird man froh und dankbar sein, dass überhaupt jemand kommt.

Auf der Internetseite ist mit einem »klassischen Tischlersortiment« so ziemlich alles aufgeführt, was eine Tischlerei

hergeben kann, in der Hoffnung mit einem breiten Sortiment möglichst viele Kunden anzusprechen und keinen Interessenten zu verlieren. Das Gegenteil ist leider der Fall. Stellen Sie sich bitte vor, Sie möchten ein Glas mit Wasser füllen und nutzen dazu eine Gießkanne, gießen einfach mal satt los. Es wird dennoch lange dauern, bis Ihr Glas voll ist und nebenbei werden Sie viel Wasser nutzlos vergeuden. Dabei haben Sie es in der Hand, diese Situation gezielter zu beeinflussen. Sie können aktiv steuern! Die Voraussetzung dafür heißt »Positionieren«. Treffen Sie eine klare Entscheidung, als wer oder was Sie am Markt wahrgenommen werden wollen. Eine klare Position am Markt einzunehmen bedeutet aller-

dings gleichzeitig: »Nein« sagen und loslassen. Das beginnt optisch, mit einem möglicherweise konzentrierteren Leistungsangebot auf Ihrer Internetpräsenz und setzt sich im persönlichen Verkaufsgespräch fort.

Sie dürfen und müssen auch mal sagen: »Tut mir leid, dafür sind wir nicht ausgerichtet« oder »Schade, ich hätte Sie sehr gerne als Kunde gewonnen. Aber zu diesen Wertvorstellungen ist es mir leider nicht möglich.« Geben Sie sich Zeit, Positionieren ist ein Prozess, eine ständige Entwicklung. Aber sofern noch nicht geschehen – fangen Sie damit an, heute noch, am besten jetzt! Es ist der Anfang eines besseren Unternehmerdaseins.

Der Verkaufsexperte Roland Schraut bietet mit der »Sales academy« ein Mentoring-konzept für Unternehmer im Handwerk an. Infos unter www.salesacademy.ag

»Worin sind Sie einzigartig?«

ROLAND SCHRAUT

MIT SYSTEM

Kundenbewertungen gezielt einholen

ProvenExpert ist eine Online-Plattform für qualifiziertes Kundenfeedback und Bewertungsaggregation. Das Bewertungsmarketing-Unternehmen bietet seit 2011 branchenspezifische Umfragevorlagen, mit denen Kundenfeedbacks eingeholt werden können. Das generierte Feedback kann werbewirksam mit dem ProvenExpert-Bewertungssiegel und -Profil im Internet präsentiert werden – gebündelt mit allen Bewertungen, die auf über 370 Portalen wie z. B. Facebook oder Google gesammelt werden.

Nach einer Erhebung von ProvenExpert werden im Handwerk Bewertungen hauptsächlich auf Google (12,7 %) und Facebook (12,2 %) kundgetan und auf Profilen gebündelt. Danach folgen KennstDuEinen (2,3 %), Golocal (2,0 %), Yelp (1,8 %), Houzz (0,8 %) und Myhammer (0,6 %). www.provenexpert.com



für:
Planung
Präsentation
Produktion

→ www.pytha.de
→ Tel. 06021 37060



Schnell von Ihrer Idee zum fertigen Projekt.
PYTHA ist das 3D-CAD System für

Schreiner | Möbeldesigner | Messebauer | Bühnen- / Eventdesign | Innenarchitekten | Ladenbauer