

## Vaillant-Kongress

# Dialog führt zum Erfolg

Unter dem Motto „Dialog führt zum Erfolg“ stand der Kongress, den Vaillant Deutschland Mitte Oktober für 230 Excellence Partner in Hamburg durchgeführt hat. Geboten wurde den Teilnehmern ein informatives Programm mit namhaften Referenten aus dem Marketing- und Verkaufsbereich.

**A**uf die dramatischen Veränderungen, die der SHK-Markt bereits in den letzten Jahren erfahren habe, verwies Vaillant-Geschäftsführer Klaus Jesse in seiner Eröffnungsrede. Erfreulich sei, dass insbesondere die Gas-Brennwerttechnik zweistellig gewachsen und das einzige, sich stetig vergrößernde Marktsegment im Bereich fossiler Energieträger sei. Der wieder erstarkte Modernisierungsmarkt sei das Feld, das man als Hersteller für seine Fachhandwerker mit einer der umfangreichsten, crossmedialen Kommunikations-Kampagnen aufbereiten wolle, die es bislang in der Branche gegeben habe.

### Zukunft aktiv gestalten

Im ersten Vortrag des Tages forderte Dr. Bernd W. Dornach, Uni Marketing-Institut für Handwerksmarketing, dazu auf, die Zukunft aktiv zu gestalten. Insbesondere stellte er die Frage „Wie übersteht das Handwerk das Preis-Dumping und gewinnt den Marketing-Wettbewerb?“ in den Mittelpunkt seiner Ausführungen. Der zweite Referent, Dr. Wolf W. Lasko von Winner's



Dr. Bernd W. Dornach, Uni Marketing-Institut für Handwerksmarketing, forderte die 230 Vaillant Excellence Partner in Hamburg dazu auf, die Zukunft aktiv zu gestalten

Edge, konzentrierte sich auf das Thema „Verkauf durch Faszination“. An der anschließenden Podiumsdiskussion nahm – neben den beiden Referenten und Klaus Jesse – noch Michael Schmitt teil. Schmitt ist Elektromeister, Konzessionsträger im SHK-Fachhandwerk sowie Energieberater und leitet einen Fachbetrieb für Gebäudetechnik. In dem von ihm mitverfassten Buch „Von Kunden, Mitarbeitern und Bananen“ erläutert er, wie Handwerksbetriebe durch Dienstleistungsbereitschaft erfolgreicher werden. Bei der Podiumsdiskussion stand auch die wachsende Belastung für das SHK-Handwerk durch eine ständig steigende Differenzierung sowie neue Technologien im Mittelpunkt.

### Vielfältige Marketingunterstützung

Die Hintergründe der Marktanalysen und Untersuchungen, die als Basis der neuen Vaillant-Kommunikations-Kampagne gedient haben, bildeten den Schwerpunkt des Vortrages von Marketingleiter Stefan Möllenhoff. Er zeigte zudem auf, dass die ermittelten Infos und Daten auch direkte Auswirkungen auf das neue Produkt-Portfolio und das erweiterte Dienstleistungsangebot für die Fachhandwerker hatten.

Diana Scherer, Leiterin Zielgruppen-Management, stellte die neuen Leistungen für Vaillant-Fachhandwerker und Vaillant Excellence Partner vor. Das Spektrum reicht hier von individuellen Marketing- und Verkaufsberatungen bis hin zu Quartalsanstößen, die vierteljährlich verkaufstarke Aktionen präsentieren. So offerierte

das Heiztechnikunternehmen eine Weihnachtsfeier für die Kunden der Handwerker, bei dem jeder Kunde einen Tannenbaum mitnehmen konnte. Die Veranstaltung wird von Vaillant individuell für den jeweiligen Fachhandwerker organisiert und vorbereitet. Den Rahmen für die Abendveranstaltung bildete das Eckart Witzigmann Palazzo.

**N**eben den vielfältigen Anregungen für das Tagesgeschäft und zukunftsorientierten Unternehmensstrategien bewerteten die teilnehmenden Fachhandwerker besonders den direkten Kontakt und den Dialog mit allen Entscheidungsträgern des Unternehmens positiv. „Das Fundament unserer gesamten Beziehungen zum Fachhandwerk ist es, unsere Kunden als Individualisten zu sehen, die persönlich behandelt und betreut werden wollen und müssen“, meinte der Vaillant-Geschäftsführer Jesse zusammenfassend. \*



Direkte Gespräche der Handwerker mit den Entscheidungsträgern zu führen – hier mit Vaillant-Geschäftsführer Klaus Jesse – war ein wesentliches Veranstaltungsziel