

Verkaufs-, Beratungs- und Abwicklungswerkzeuge

# Schneller zum Bad-Auftrag

Der Zeitaufwand für Beratung und Angebotserstellung ist pro Bad heutzutage deutlich höher als früher. Das speziell für Bad-/Sanitär-Fachbetriebe entwickelte System „Badverkauf-so-easy“ von A&S verspricht hier Abhilfe. Schon beim zweiten Kunden-Termin soll der Bad-Auftrag unter Dach und Fach sein.

**G**erade in Zeiten von Konjunkturlaute, hoher Arbeitslosigkeit und Geiz-ist-geil-Mentalität wird es immer aufwendiger, beim Endkunden Entscheidungen für den Bad-Kauf zu erreichen. Und wenn ein Endgebraucher dann so weit ist, dass ein Auftrag zustande kommen kann, sind die Wünsche oft so individuell, dass eine rationelle Abwicklung schwierig ist und viel Zeit kostet. Nichts ist teurer als ein individueller Prozess.

## Den Aufwand verringern

Dass dem so ist, das merken viele Unternehmer spätestens beim Blick auf ihr Betriebsergeb-



Bild 2 Die Markierungen im Farbkatalog zeigen dem Badverkäufer sofort, in welchen Varianten das Produkt lieferbar ist

nis. Und nicht selten verdient dann unterm Strich der Obermonteur mehr pro Stunde als der Chef. Ziel für den Unternehmer mit Weitblick muss es deshalb (künftig) sein, seinen Aufwand pro Bad zu verringern. Doch wer mit schlanken Prozessen gutes Geld verdienen möchte, der muss klipp und klar sein Sortiment definieren und konsequent erfolgreiche Vorgehensweisen in der Badberatung anwenden. Das Ergebnis: Der Badverkäufer gewinnt an Kompetenz vor dem Kunden.

Das Konzept „Badverkauf-so-easy“ von A&S sorgt mit intelligenten Verkaufs-, Beratungs- und Abwicklungswerkzeugen für rationelles, schnelles und fehlerfreies Arbeiten und erhöht die Kompetenzausstrahlung in der Bad-Beratung. So wird ein Gefühl von Sicherheit beim Endkunden erzeugt, das für Vertrauen und eine höhere Abschlussquote sorgt. Die Vorgehensweise bei „Badverkauf-so-easy“ sieht lediglich zwei Termine mit dem Kunden vor.

## Der erste Termin

Der Badberater macht beim Kunden das Aufmaß. Anschließend führt er eine Bedarfsanalyse mittels Checkliste durch. Dabei wird der Kunde abgefragt, welche Ansprüche er an sein neues Bad hat: Welche Funktionen sollen erfüllt werden? Soll ein Bidet ins Bad? Welche Formen und welche Stilrichtung sind ihm wichtig? Gesprochen wird auch über das Thema Bud-

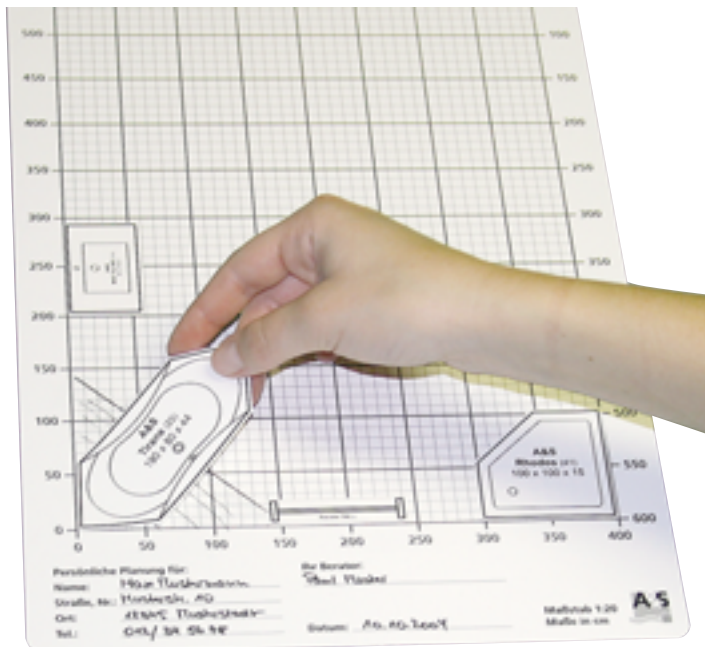


Bild 1 Bad-Grundrissplanung mit wiederverwendbaren, spezialbeschichteten Klebteilen

get. Dann kommt die Vorplanung: Mit einem 2D-Planer – der Nachfolger des A&S Magnetbadplaners – wird der Grundriss des Bades ausgelegt und skizziert. Anschließend schlägt der Badberater eine mögliche Anordnung



Bild 3 Mit dem Seitenverweis im Farbkatalog lässt sich rasch die richtige Preislistenseite aufschlagen



Bild 4 Die Preisliste enthält Preisklassen, die mit einem Multi auf den VK hochgerechnet werden. Bei jedem Hauptartikel stehen alle passenden Zubehörteile

im Bad vor (Bild 1). Dabei werden in den Beratungskatalogen einige wichtige Seiten angesprochen. Zum Abschluss stellt der Badverkäufer den Kunden eine Hausaufgabe: „Frau Maier, Herr Maier, ich lasse Ihnen mein Planungs-Handbuch hier. Sie können in den nächsten Tagen einfach mal mit der ganzen Familie hin und her planen. Lesen Sie sich auch die angesprochenen Seiten in den Katalogen durch, die ich Ihnen ebenfalls leihweise überlasse.“ Damit regt der Badverkäufer die familieninternen Diskussionen dort an, wo sie hingehören.

### Der zweite Termin

Noch vor dem zweiten Termin lassen sich Demontage, Rohinstallation und Fertigmontage kalkulieren. Der Grundriss des Bades und der Bedarf des Kunden sind bekannt. Dramatische Änderungen zur Bedarfsanalyse können später berücksichtigt werden.

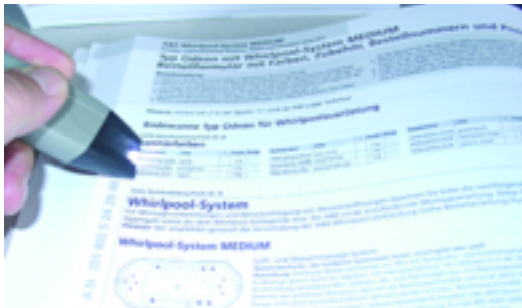


Bild 5 Mittels Lesestift scannt der Badverkäufer die Bestellnummer des Artikels

Beim zweiten Termin, der entweder im eigenen Bäderstudio/Collagenraum oder wieder beim Kunden stattfindet, holen sich Bad-Profis den Auftrag. Die Familie präsentiert das Ergebnis der eigenen Planung, das der Badberater auf technische Machbarkeit prüft. Zudem versucht er – sofern möglich – sicherzustellen, dass keine Sonderanfertigungen notwendig werden, um das Bad zu realisieren.

#### Produktauswahl und Preise

Ist die Anordnung klar, geht der Badverkäufer zur Produktauswahl über. Hierbei präsentiert er die Serien, die er bereits im Vorfeld auf Basis der Bedarfsanalyse ausgewählt hat. Über die Klapper im Katalog lässt sich sofort feststellen, in welchen Varianten (Farben, Zusatzausstattung, Whirlpool-

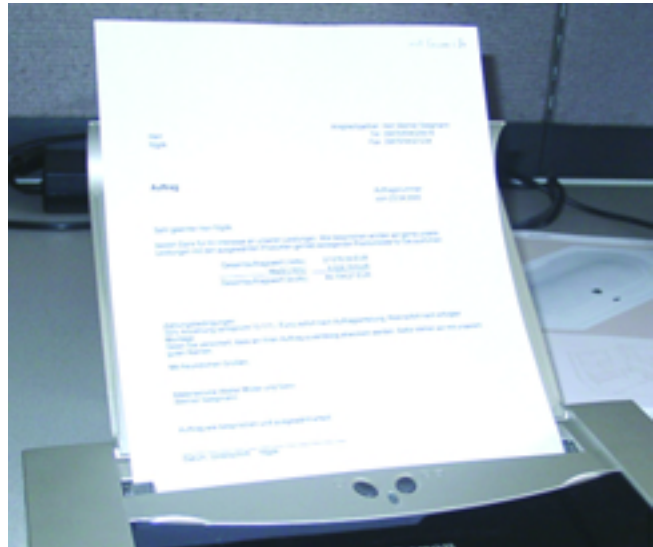


Bild 7 Abschließend wird das Angebot oder der unterschrittsreife Auftrag ausgedruckt

Systeme) die Produkte im Katalog lieferbar sind (Bild 2). Über den Seitenverweis im Katalog schlägt der Berater dann die zugehörige Preislistenseite auf (Bild 3). In der Preisliste findet er den Artikel und das passende, komplette Zubehör. Eine umständliches Suchen, z. B. von Wannenträgern in separaten Kapiteln, gibt es nicht (Bild 4).



Bild 6 Auf dem Bildschirm erscheint u. a. der VK des Artikels, der aufgrund des eingegebenen Multis pro Katalog oder Warengruppe ermittelt wird

Die Preisliste von A&S enthält Preisklassen, die mit einem vorher definierten Faktor multipliziert den Verkaufspreis (VK) ergeben. Somit kann die Preisliste immer offen vor dem Kunden auf dem Tisch liegen bleiben.

#### Verkaufs- und Bestellsoftware

Abgerundet wird das Verkaufssystem mit der neuen Verkaufs- und Bestellsoftware „Badverkauf-so-easy“, mit deren Hilfe der Bad-Auftrag beim zweiten Termin im Beisein des Kun-

den fertig erfasst wird. Und das geht so: Mittels Lesestift scannt der Badverkäufer die Bestellnummer des Artikels ein (Bild 5). Die Daten erscheinen anschließend auf dem Bildschirm, wobei jeder Artikel in einem „Warenkorb“ abgelegt wird – wie in einem Web-Shop (Bild 6). Den Faktor, mit dem der Badverkäufer die VKs als Aufschlag auf den Netto-EK errechnen will, hat er schon vorher generell oder auftragsbezogen eingegeben. Auf dem Bildschirm erscheint dann nur der so errechnete VK jedes Artikels. Sind alle Artikel erfasst, wird das Auftragsformular gedruckt und der Kunde kann sofort unterschreiben (Bild 7). Will er noch eine Nacht über das Angebot schlafen, wird alternativ ein Angebots-Deckblatt ausgedruckt, das nur den Gesamtpreis und die Rahmenkonditionen beinhaltet, aber keine Artikelbeschreibungen. Die von A&S entwickelte und subventionierte Verkaufs-Software lässt es übrigens zu, Artikel von anderen Anbietern zusätzlich anzulegen.

.....  
 Frank Tauber hat 14 Jahre Branchenerfahrung und ist Marketingleiter bei A&S Bäder, Hochdorf. Das Unternehmen bedient ausschließlich Bad-/Sanitär-Fachbetriebe mit Eintrag in der Handwerksrolle, Telefon (0 70 42) 8 78-3 10, Telefax (0 70 42) 87 89 60, www.aunds.de, E-Mail: marketing@aunds.de  
 .....