

# Effektive Verkaufshilfen

Selten standen Heizsysteme so im Fokus der Öffentlichkeit wie heute. Ganz gleich, ob Fernsehen, Rundfunk, oder Tageszeitschriften, die Energiepreissteigerungen haben das Kellerkind Heizung in den Mittelpunkt des Interesses gerückt. „Schon bei heutigen Energiepreisen sind alternative Heizsysteme langfristig interessant“, schrieb beispielsweise die Stuttgarter Nachrichten Anfang November in ihrer Samstagsausgabe und lieferte gleich zahlreiche Modernisierungsvorschläge auf den Frühstückstisch. Um Steilvorlagen wie diese erfolgreich in Aufträge umzusetzen, müssen wir Fachleute fundiert auf die Fragen der Verbraucher eingehen können. Hilfreich hierzu sind die Erkenntnisse des Forschungsprojektes Optimus, die wir exklusiv für SBZ-Leser zusammengefasst haben. Kernaussage: Wer die Möglichkeiten des Systems Heizungsanlage ausschöpfen möchte, muss die einzelnen Komponenten optimal aufeinander abstimmen. Wie sich bestehende Anlagen nach neuestem technischen Stand vom Fachhandwerk praxisingerecht, kostengünstig und ohne Komforteinbußen energetisch optimieren lassen, zeigen wir ab Seite 64.

Unter der Devise „Neue Bäder braucht das Land“ ziehen die Aufträge auch ohne Rückenwind via Presse leicht an. Das Bad hat in den letzten Jahren seine Rolle im Schnittpunkt von Lifestyle, Gesundheit und Freizeit

gefunden. Um die Deckungsbeiträge zu verbessern, kommen immer häufiger emotionale Verkaufsimpulse zum Einsatz. Mittlerweile baut die Sortimentspolitik fast aller großen Markenhersteller auf die Verführung des Konsumenten durch Bad-Welten. Doch oft tut sich selbst der professionelle Badberater schwer, die volle Sortimentsbreite zu nutzen und den Endverbraucher mit der geballten Kompetenz der Branche zu überzeugen.

Um die derzeit 95 Badkeramik-Kollektionen der Branche dennoch als Kernkompetenz der Handwerksbetriebe vor Ort präsentieren zu können, hat die SBZ-Redaktion ein ganz neues Verkaufsinstrument entwickelt: Der SBZ-Ordner der Badkeramik-Kollektionen ist praxisingerechtes Beratungsinstrument und Deutschlands umfassendste Badausstellung in einem. Das 2643 Gramm schwere Hochglanzprodukt informiert detailliert über alle Bad-Keramik-Kollektionen der Firmen Duravit, Ideal Standard, Keramag, Laufen, Roca, Villeroy & Boch und Vitra. Maßskizzen, Preis- und Farbübersicht sowie Armaturenempfehlungen inklusive. Jede einzelne Seite ist laminiert und verliert selbst beim härtesten Alltags-einsatz nichts an Brillanz.

Die Idee zu diesem Ordner kam übrigens von Handwerkskollege Manfred Stather. Er hat die alle zwei Jahre zur ISH erscheinende SBZ-Marktübersicht,



auf der der neue Ordner basiert, herausgetrennt, in Folien gepackt und bereits erfolgreich zur Beratung eingesetzt. Bedanken möchte ich mich an dieser Stelle auch bei den Herstellern, die das Gros der Kosten für diesen aufwändigen Beratungsordner getragen haben. Einen kleinen Wermutstropfen gibt es aber: Eigentlich gehört dieses Standardwerk in jeden Betrieb und jeden Kundendienstwagen. Aufgrund der hohen Produktionskosten mussten wir die Auflage leider auf 3000 Stück begrenzen. Deshalb gilt: „Wer zuerst kommt (bestellt), mahlt zuerst“. Ab Seite 31 gibt es weitere Informationen zu der exklusiven Verkaufshilfe.

Dass Sie in dieser SBZ zudem viele weitere Anregungen und Tipps für Ihr Tagesgeschäft finden, wünscht Ihnen

Ihr

*Dirk Schlattman*

Dirk Schlattman  
Handwerksmeister und  
SBZ-Chefredakteur