

Mit einer umfassenden Beratung rund um die moderne Abwasserentsorgung unterstreichen SHK-Handwerker nicht nur ihre Kompetenz, sondern erzielen auch zusätzliche Umsätze. Erstaunlich ist nur, dass dieses Beratungsthema bisher nur von wenigen Betrieben genutzt wird. Spezialist Jung Pumpen unterstützt die Handwerker z. B. mit Werbemitteln für die gezielte Endkundenansprache. Professionell nutzt diese derjenige, der einige wichtige Regeln beachtet.

Bauherren, die ihre Immobilie renovieren, sehnen sich nach viel Komfort und Sicherheit. Bauherren, die neu bauen, wollen sich häufig alle Optionen z. B. für die spätere Nutzung von Souterrain- und Kellerräumen offen halten. Hausbesitzer, deren Keller schon einmal nach einem Starkregen leer gepumpt werden musste, sensibilisieren ihren gesamten Bekanntenkreis für das Thema Rückstausicherung und bereiten so den Markt für sachkundige Abwasserspezialisten vor.

Mit guten Argumenten können sich also Unternehmer bei ihren alten und neuen Kunden ins Gespräch bringen, wenn sie sachkundig auf den Nutzen einer bewusst geplanten Abwasserentsorgung aufmerksam machen. Doch wie ins Gespräch kommen?

Eine für alle Fälle

Mit einem kleinen Prospekt, z. B. über die Kellerentwässerungspumpe „U3 KS Niro“, werden Bauherren für das Thema Wasserschaden und im zweiten Schritt für die Planung einer sicheren Abwasserentsorgung interessiert. „Sind Sie vorbereitet?“ so die Titelfrage der Broschüre in der Größe eines üblichen DIN lang Briefumschlages, mit der man – je nach Empfänger – differenziert und sorgfältig umgehen sollte:



Die aktive Endkundenansprache unterstützt Jung Pumpen mit einem Verkaufsförderungspaket rund um das Thema Rückstausicherung und Kellerentwässerung

Geschäftsfeld Abwasserentsorgung aktiv erschließen

So bringen Sie sich ins Gespräch

Regel 1

Sie sind der Absender der Nachricht. Also sollten Sie sich auch in der denkbar attraktivsten Form als solcher präsentieren.

„Out“ sind verschmierte, schlecht lesbare Firmenstempel im Adressfeld der Broschüre.

„In“ sind sauber im Grafikdesign Ihres Unternehmens gestaltete Aufkleber (digital auch in kleinen Auflagen zu drucken), die akkurat statt schief eingeklebt werden.

Regel 2

Ohne Umschlag sollte eine Information wie diese immer dann versandt werden, wenn sie in den Briefkästen von Haushalten landet, die nicht zu Ihren bekannten Stammkunden gehören. Denn hier zieht nicht Ihr guter Ruf, sondern die eindeutige Botschaft des Werbemittels.

Regel 3

Alle Kunden, die Sie in Ihrer Kundendatei führen, erwarten, dass Sie sich persönlich Zeit für sie nehmen. Ihre Bereitschaft dazu signalisieren Sie, indem Sie ein Werbemittel wie die Broschüre zur Kellerentwässerung begleitet von einem persönlichen – handschriftlich unterschriebenen – Anschreiben versenden.

Regel 4

Nur einmal pro Woche sollten maximal so viele Briefe versandt werden, wie innerhalb einer Woche telefonisch nachzufassen sind. Denn im Umgang mit Ihren (bekannten) Kunden gilt: Wertschätzung drückt nur aus, wer das eigene Schreiben als bewusste Kontaktaufnahme charakterisiert und nicht als Massenwerbung. Für die Praxis heißt das: Erläutern Sie noch einmal mit einigen persönlichen Worten am Telefon den Grund für die Kontaktaufnahme.

Zu jedem Brief gehört ein Anruf

Empfehlenswert ist es, dass alle Telefonate von einer Person ausgeführt werden, die sich auf diese Aufgabe konzentrieren kann und sich inhaltlich gut vorbereitet hat. Gut vorbereitet geht in ein Telefonat, wer sich vor dem Gespräch Notizen gemacht hat – z. B. Infos über den Stammkunden – und wer mit einem Satz die Botschaft der Sendung wiederholen kann: „Frau Mustermann, wir haben Ihnen diese Informationen zukommen lassen, weil wir es nicht versäumen wollten, Sie über die Risiken einer mangelhaften Rückstausicherung aufzuklären...“

Reagiert Ihr Kunde mit konkreten Nachfragen, bieten Sie ihm ein unverbindliches Beratungsgespräch in seinem Haus an. Bedankt sich Ihr Kunde lediglich pauschal für die Information, so fragen Sie nach der Funktionstüchtigkeit aller von Ihnen in seinem Haushalt installierten Anlagen und Produkte. Ist er zufrieden, so wünschen Sie ihm z.B. eine „schöne Adventszeit“ (oder was sonst in den kommenden Wochen an angenehmen Momenten denkbar ist) und bedanken sich für das Gespräch. So erzeugen Sie bewusst am Ende des Telefonates ein positives Gefühl. Das bleibt oft stärker in Erinnerung als alle Sachinfos.

Erfolg mit Hauswurfsendungen

Unerbetene Werbung im Briefkasten ist ein Ärgernis für jeden Haushalt – aber leider auch oft die einzig bezahlbare Möglichkeit, Bauherren über neue oder wichtige Angebote zu informieren. Fachhandwerker können durch kleine Signale dafür sorgen, dass sie nicht als „Haustürverkäufer“, sondern als kompetenter Ansprechpartner erkannt und geschätzt werden.

Wer einen Aufkleber für das Adressfeld einer Postwurfsendung druckt, der sollte zusätzlich zu seinen Adressdaten (Firmenname, Hausanschrift, Telefon, E-Mail und Homepage) einen Satz mit eindringen wie: „Seit 50 Jahren der kompetente Fachmann für Haustechnik in Ihrer Nähe.“ Mit diesem Hinweis auf Erfahrung, Tradition, Seriosität und regionale Nähe schaffen Sie für den Empfänger eine Vertrauensbasis. Ob solches tatsächlich dauerhaft wachsen kann, hängt entscheidend von der Qualität Ihrer Reaktion auf einen Kontaktversuch eines neuen Kunden ab.

Verteilt werden Hauswurfsendungen rund um die Themen Bauen und Wohnen am besten am Freitag Nachmittag, denn am Samstag Morgen sitzen der „Techniker“ der Familie und die „Hüterin“ des Hauses beisammen. Und die Chance, dass einer von beiden die empfangene Information zur Sprache bringt, ist größer als an jedem anderen Tag.

Schadensfall zur Empfehlung nutzen

Kunden, denen schon einmal Schmutzwasser aus der Kanalisation durch das Waschbecken im Keller ins Haus gedrückt wurde, sind Ihre wichtigsten

Zeugen. Zeugen, die Sie z.B. zitieren können in einem Brief, mit dem Sie Ihre Kunden einladen, das eigene Haus rückstausicher zu machen.

Bieten Sie mit diesem Brief eine kostenlose Bestandsaufnahme vor Ort an, bei der Sie detailliert die Vorteile einer Abwasserentsorgung über eine Hebeanlage erläutern: „Bei jedem Wetter können alle Entwässerungsgegenstände im Keller uneingeschränkt genutzt werden. Bei jedem Wetter besteht absolute Sicherheit, dass kein Abwasser aus der Kanalisation ins Haus zurückdrücken kann.“

Zwei zentrale Argumente, mit denen Sie Ihre Empfehlung auch an Neubaukunden herantragen: Wer mit dem Gedanken spielt, seinen Keller einmal als Partykeller oder Gästewohnung zu nutzen, der sollte schon beim Bau seines Hauses durch den Einsatz einer Hebeanlage die Voraussetzungen dafür schaffen. Durch den Einbau einer Hebeanlage wird die Wohnungsausstattung dauerhaft und zuverlässig vor Überschwemmungen durch eindringendes Abwasser geschützt und eine uneingeschränkte Nutzung der Entwässerungsgegenstände möglich.

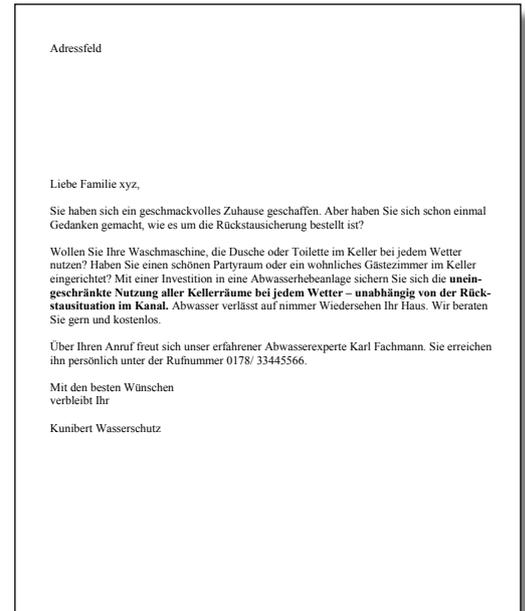
Die Feuerlöcherargumentation

Ebenso selbstverständlich wie ein Feuerlöscher sollte zur Sicherheitsausstattung eines Haushalts eine Schmutzwasserpumpe gehören, mit der die Bewohner selbst Wasser im Keller beseitigen können. Das sollten Sie Ihren Neu- und Stammkunden selbstbewusst erklären. Mit der „U3 KS Niro“ gelingt die Wasserbeseitigung bis zu einer Wasserhöhe von 5 mm – ein wichtiges Argument gegen Produkte aus dem Baumarkt und für das Qualitätsprodukt des Markenherstellers.

Ebenfalls wichtig für Ihre Kunden: Diese Pumpe ist wartungsfrei und sofort einsatzbereit, selbst wenn sie längere Zeit unbenutzt in der Garage steht. Auch die Einsatzmöglichkeiten für eine Pumpe sind vielfältiger als man denkt: So lassen sich z.B. das Kinderplanschbecken oder der Gartenpool bequem per Pumpe entleeren (die „U3 KS Niro“ fördert z.B. 70 l/min).

Engagement lohnt sich

Viel zu selten werden Bauherren bisher noch darüber aufgeklärt, dass die Abwasserentsorgung über eine Hebe-



Musterbriefvorschlag an Althausbesitzer

++ info ++ info ++ info ++ info

- Einen Überblick sowie eine Bestellmöglichkeit von Werbematerialien gibt es im Internet unter www.jung-pumpen.de/evolution
- Begleitbriefmuster sind unter www.jung-pumpen.de/Musterbriefe herunterladbar.

anlage zuverlässig vor Rückstauproblemen schützt und zugleich die Nutzung von Kellerräumen uneingeschränkt ermöglicht – also für die Zukunft alle Optionen offen lässt. Mit einer umfassenden Beratung rund um die moderne Abwasserentsorgung unterstreichen Handwerker ihre Kompetenz und gewinnen das Vertrauen ihrer Kunden. Erstaunlich, dass das Thema Abwassertechnik bisher noch von so wenigen Betrieben als Beratungsthema genutzt wird. Dabei sind Technik orientierte Themen ideal für Fachhandwerker, die sich gegen reine Badausbauer abgrenzen und sich als Rund-um-Sorglos-Partner ihrer Kunden empfehlen wollen.

.....
 Unser Autor Bernd Schäfers-Maiwald ist Leiter Kommunikation bei Jung Pumpen, 33803 Steinhagen, Telefon (0 52 04) 17-0, Telefax (0 52 04) 8 03 68, E-Mail: info@jung-pumpen.de
