

Marketinghilfen für SHK-Fachhandwerker

# Beratungs- und Systemkompetenz steigern

Erfolgreiche Marktbearbeitung durch das SHK-Fachhandwerk findet auf mehreren Ebenen statt. Um sich vom Wettbewerb abzuheben, ist ein Plus bei Beratungsqualität und Problemlösungskompetenz wichtig. Wie Kundendienst-Gruppenleiter Jörg Auweiler dafür die Marketinghilfen vom Pumpenspezialisten Wilo einsetzt, zeigt der folgende Beitrag.

Für die Wilo AG ist es Bestandteil der Unternehmensphilosophie, ihren Kunden aus dem SHK-Handwerk zu helfen, noch besser ins (lokale) Geschäft zu kommen. In die Vertriebspartnerschaft investiert der Pumpenhersteller jährlich siebenstellige Beträge. Mit den bereitgestellten Marketinghilfen kann der SHK-Betrieb nicht nur erheblichen Mehrumsatz beim Einbau von Hocheffizienzpumpen anstelle unregelmäßiger Heizungsanlagen initiieren, sondern auch Zusatzgeschäfte durch einen vorzeitigen Pumpenaustausch machen – so die Zielsetzung von Wilo. Denn selbst wenn eine alte, unregelmäßige Pumpe noch weiter betrieben werden könnte, verursacht sie deutlich höhere Stromkosten. Einer Musterrechnung zufolge macht sich der Austausch zugunsten einer „Wilo-Stratos ECO“ in weniger als vier Jahren bezahlt und bringt – bei der zu erwartenden Preisentwicklung – in zehn Jahren eine Entlastung der Haushaltskasse um 700 Euro.

## Effizientes Marketing-Tool für die Beratungspraxis

Jörg Auweiler, Kundendienst-Gruppenleiter der Lauterbach Firmengruppe in Köln-Zollstock, nutzt die vielfältigen Instrumente von Wilo zur Marketingunterstützung rund um die hydraulische Anlage sehr gern. Als

Paradebeispiel für ein effizientes Marketing-Tool bezeichnet Auweiler die „Stromspar-Drehscheibe“ aus der Hocheffizienzkampagne: „Sie kann von jedem Monteur genutzt werden und beantwortet im Verkaufsgespräch alle Fragen zur Amortisationszeit einer Hocheffizienzpumpe.“

Zur Verkaufsaktivierung bei privaten Endverbrauchern bietet Wilo eine ganze Palette abgestimmter Aktionsbausteine an, die kostenlos abgerufen werden können. Hierzu zählt unter anderem die handliche Energiesparbroschüre „ECO Guide“ mit allen wesentlichen Argumenten rund um die Energieeffizienzklasse A bei Heizungsanlagen. Für die aktive Kundenansprache und Kundengewinnung steht zudem ein individuelles, porto-optimier-



Ein stark nachgefragter Baustein der Hocheffizienz-Aktion war der „Stromspar-Kalkulator“ zur Ermittlung der Einsparpotenziale der Wilo-Pumpe „Stratos ECO“



Jörg Auweiler, Kundendienst-Gruppenleiter der Lauterbach Firmengruppe, nutzt die Instrumente von Wilo zur Marketingunterstützung rund um die hydraulische Anlage sehr gern

tes „ECO Check“-Mailing zur Verfügung, mit dem der Fachhandwerker vorhandenen und potenziellen Kunden einen kostenlosen Heizungscheck anbieten kann. Zudem gibt es noch die handliche Broschüre „ECO Facts“ ein Nachschlagewerk, das häufige Fragen aus der Praxis rund um dem Heizungspumpeneinbau beantwortet.

## Mehrumsatz mit kompetenter Systemoptimierung

Doch mindestens ebenso wichtig wie gute Verkaufsargumente ist aus Sicht von Kundendienst-Gruppenleiter Auweiler das System-Know-how. In der 1945 gegründeten Kölner Traditions-Firmengruppe Lauterbach gehört die



Ziel der „Herbst-Winteraktion 2006/07“ ist, (potenzielle) Kunden von den wirtschaftlichen Vorteilen eines (vorzeitigen) Pumpenaustausches gegen die Hocheffizienzpumpe „Stratos ECO“ zu überzeugen

Service GmbH mit ihrem stetig wachsenden, erfolgreichen Wartungsgeschäft zu den tragenden Säulen: „Hier geht es um das Gesamtsystem, in dem die Heizungspumpe nur einer von mehreren Bestandteilen ist. Entsprechend wollen wir unseren Kunden auch Gesamtlösungen bieten – von der neuen, stromsparenden Hocheffizienzpumpe bis hin zum fachgerecht durchgeführten hydraulischen Abgleich – getreu dem Lauterbach-Motto für 2007: „Energie kostet Geld, sparen Sie beides!“

Vor diesem Hintergrund hat Jörg Auweiler ein weiteres zentrales Instrument aus dem Leistungspaket des Pumpenherstellers für das SHK-Fachhandwerk genutzt. Er ließ bereits 24 Mitarbeiter seiner Kundendienstmannschaft an der Systemschulung „Wilo Brain“ teilnehmen. Ort des Geschehens war das Ausbildungszentrum der Kölner SHK-Innung, eins von zehn stationären Wilo-Brain-Centern in allen Teilen Deutschlands. Dort

steht Europas größte Hydraulik-Versuchswand, an der die Seminarinhalte quasi in der Praxis simuliert werden können. Ein ähnliches Grundprinzip – wenn auch in kleinerem Maßstab – ist die Idee der „Brain-Box“, die in den übrigen Centern und – in einer transportablen Ausführung – in den Vor-Ort-Seminaren des „Brain-mobil“-Services zum Einsatz kommt.

### Problemlösungen für nachhaltige Kundenzufriedenheit

Die in den Jahren 2005/2006 in der Lauterbach Service GmbH durchgeführte Weiterbildungsmaßnahme hat nachhaltige Wirkung: „Unsere Kundendienstmitarbeiter sind in der Lage, die komplette Bandbreite der Systemoptimierung in der Praxis anzuwenden“, so Jörg Auweiler. So wird u.a. die Förderhöhe der Pumpen auf das erforderliche Minimum gesenkt und – wo erforderlich – ein hydraulischer



Jörg Auweiler: Unsere Kundendienstmitarbeiter sind in der Lage, die komplette Bandbreite der Systemoptimierung in der Praxis anzuwenden



Mit der Wilo-Brain-Box lassen sich mehr als 30 Anwendungsfälle in Theorie und Praxis eindrucksvoll und leicht nachvollziehbar darstellen

Ausgleich durchgeführt. Durch Einsatz dezentraler Differenzdruckregler und durch die Voreinstellung des Volumensstroms mittels Strangregulierventilen werden die Anlagengeräusche minimiert und eine gleichmäßige Wasserverteilung erreicht. „Geräuschbelästigungen oder Probleme mit der Wärmeverteilung führen in der Praxis häufig zu Problemen und unnötigem Ärger zwischen Mietern und Vermietern“, erklärt Auweiler. Daher sei z. B. die Wohnungswirtschaft gegenüber umfassenden Optimierungsmaßnahmen sehr aufgeschlossen. „Ich kann heute ohne Übertreibung sagen, dass wir uns mit unserem durch Wilo-Brain erlangten Know-how zusätzlich vom Wettbewerb abheben, was im umkämpften Wartungsgeschäft ein wichtiger Pluspunkt ist“, führt der Kundendienstleiter aus. „Wir bieten Lösungen, die zur nachhaltigen Zufriedenheit unserer Kunden führen. Unsere Kunden vertrauen uns. Und dies führt nicht selten auch zu Folgeaufträgen und Weiterempfehlungen.“

### Langfristige Kundenbindung mit Wartungsverträgen

Brain-Teilnehmer erhalten eine umfassende Arbeitsmappe für den späteren Einsatz in der Praxis. Sie enthält neben Checklisten, Kurzleitfäden zur Optimierung von Heizungsanlagen und dem „Wilo-Pumpenschieber“ auch Muster

### Vermarktungsaktionen für das SHK-Handwerk

- ▶ **Regenwassernutzung:** Im Frühjahr 2006 startete Wilo ein Aktionsprogramm zum Thema „Regenwassernutzung“. Ziel war die Unterstützung des SHK-Fachhandwerks bei der Nutzung der Umsatzpotenziale, die sich aus einer gestiegenen Nachfrage privater Bauherren und Modernisierer in diesem Bereich ergeben. Dafür wurde ein Aktionspaket zur lokalen Marktbearbeitung entwickelt. Es umfasst u. a. einen Info-Folder, eine Anwendungsbroschüre und das Planungshandbuch „Regenwassernutzungstechnik“. Zudem gibt es einen einfachen „Regenwasserrechner“, der für verschiedene Haushaltsgrößen die Einsparpotenziale in Litern Trinkwasser und Euro pro Jahr anzeigt.
- ▶ **Hocheffizienzpumpen:** Im Oktober 2006 wurde die „Herbst-Winteraktion“ unter dem Motto „Grüner wird's nicht“ gestartet, um die Marktposition der Hocheffizienzpumpen im Heizungsbereich weiter zu stärken. Ziel ist die Sensibilisierung der Endkunden für die Energieeffizienzklasse A bei Heizungspumpen und für das erhebliche finanzielle Einsparvolumen, das sich im Vergleich zu einem ungeregelten Modell realisieren lässt.
- ▶ **Online-Pumpencheck:** Im Mittelpunkt einer Gemeinschaftsinitiative von Wilo und Co2online steht ein Pumpencheck im Internet unter [www.co2online.de](http://www.co2online.de). Mit diesem kann der Endkunde den Stromverbrauch seiner Heizungs- oder Zirkulationspumpe überschlägig ermitteln. Zugleich werden die Einsparpotenziale und Vorteile aufgezeigt, die sich beim Austausch einer ungeregelten Heizungspumpe durch eine Hocheffizienzpumpe erzielen lassen. Wenn der Verbrauch der vorhandenen Pumpe zu hoch ist, wird der Nutzer an örtliche Energieberater und Handwerksbetriebe verwiesen. SHK-Fachhandwerksbetriebe können sich kostenlos und unverbindlich per E-Mail registrieren lassen: [fachhandwerker.aktion@wilo.de](mailto:fachhandwerker.aktion@wilo.de)

Wilo  
44263 Dortmund  
Telefon (0 2 31) 41 02-0  
Telefax (0 2 31) 41 02-75 75  
[www.wilo.de](http://www.wilo.de)



für Werbemaßnahmen rund um Wartung und Systemoptimierung. Auch diese bewertet Kundendienstleiter Auweiler sehr positiv: „Für Lauterbach hat der Servicegedanke bereits seit jeher einen hohen Stellenwert. Wir haben die Bedeutung z. B. von Wartungsverträgen für die langfristige Kundenbindung schon früh erkannt und setzen in diesem Zusammenhang selbst entwickelte Werbemaßnahmen für unser Wartungsgeschäft ein. Die Vermarktungsunterlagen aus der Brain-Arbeitsmappe zielen in dieselbe Richtung.“

Erfolgreiche Marktbearbeitung durch das SHK-Fachhandwerk findet auf mehreren Ebenen statt. Überzeugende Argumente helfen beim Verkauf höherwertiger Produkte. Wichtig ist gerade im Service- und Wartungsgeschäft ein

Plus bei Beratungsqualität und umfassenden Problemlösungen, das nur durch gut qualifizierte Mitarbeiter sichergestellt werden kann. Deshalb kann z. B. das System-Know-how im Gesamtbereich Hydraulik der Schlüssel zu langfristigen, für beide Seiten profitable Kundenbeziehungen sein.



Unser Autor Michael Fahrig ist Pressereferent bei der Wilo AG, 44263 Dortmund, Tel. (02 31) 41 02-0, Fax (02 31) 41 02-75 75, [www.wilo.de](http://www.wilo.de)