

„Verkaufen Sie keine Handys, sondern mobile Kommunikation“

■ Mehr denn je ist der Fachhandel in Zeiten wirtschaftlichen Drucks darauf angewiesen, Umsatzmöglichkeiten effizient zu nutzen und neue Erlösquellen zu erschließen. Sind die Potenziale bei den Kernprodukten weitgehend ausgereizt, bieten sich bei Zubehörteilen noch die größten Wachstumschancen. funkschau handel hat mit dem Vertriebsprofi Dirk Kreuter darüber gesprochen, wie der Handel am Beispiel der mobilen Kommunikation diese Felder für sich erschließen kann.

Kreuter: Der Internetanbieter Amazon macht es uns vor: Bei jeder Bestellung erhalte ich als Käufer Empfehlungen für weitere Artikel, die meinem Profil entsprechen. Davon profitiere ich als Interessent, weil ich neue Anregungen bekomme und nicht mehr selbst suchen muss, ebenso profitiert Amazon. Dieses Prinzip funktioniert auch im TK-Geschäft, denn aus welchem Grund kauft sich der Kunde ein neues Handy? Er will damit mobil kommunizieren, das heißt wann und wo er will, auch im Auto. Darum kann für ihn zum Beispiel auch eine Freisprecheinrichtung von Interesse sein.

funkschau handel: Wie sollte der Verkäufer im Verkaufsgespräch konkret vorgehen?

Kreuter: Zunächst sollte sich der Händler bewusst machen, dass das Zubehör dem Kunden Vorteile verschafft und er ihm einen Gefallen tut, indem er darüber informiert. Ich empfehle, das Thema Zubehör offensiv anzusprechen. Dazu muss ich als Mobilfunkhändler wissen, welche Produkte sich in Kombination ergänzen, um diese als Gesamtpaket zu verkaufen. Im persönlichen Gespräch kann ich herausfinden, was der Kunde wirklich will und braucht.

An dieser Stelle geht soziale Kompetenz über Fachwissen, hier sind aktives Zuhören und Nachhaken gefragt, um die individuellen Bedürfnisse zu ermitteln. Ist der Handykäufer als Vielfahrer oft geschäftlich unterwegs und wird er das Telefon viel im Auto nutzen? Dann interessiert er sich sicher für eine Freisprechanlage mit Geräuschunterdrückung, hoher Qualität bei der Sprachübertragung auch beim schnellen Fahren. Dafür eignen sich zum Beispiel Festeinbauten, die er als Nachrüstanlage im TK-Handel gleich bestellen kann. Wechselt er häufig das Fahrzeug, wäre ihm sicher eine Plug & Play-Anlage lieber, die er in jedes Auto mitnehmen kann.

Im Anschluss an die Fragerunde werden die Möglichkeiten aufgezeigt. Jetzt ist es wichtig, den Mehrwert des Zubehörs zu verdeutlichen, zum Beispiel, dass er sich mit einer Freisprechanlage Bußgeld spart.

funkschau handel: Wie kann der Verkauf weiter unterstützt werden, zum Beispiel durch die Ladenpräsentation?

Kreuter: Der ganzheitliche Ansatz, Zubehör zusammen mit dem Kernprodukt anzubieten, sollte schon bei der Warenpräsentation erkennbar werden. Hier bieten sich so



Bild: Funkwerk Dabendorf

Ein Standpresenter, wie das Modell von Funkwerk Dabendorf, setzt Zubehör wie Freisprechanlagen attraktiv in Szene. Voll funktionsfähige Anlagen ermöglichen sofortiges Ausprobieren im Laden.

genannte Themeninseln an. Das sind inszenierte Welten auf einer zusammenhängenden Fläche im Verkaufsraum, zum Beispiel rund um das Thema mobile Kommunikation und Unterhaltung im Auto. Schließlich ist das Handy heute aus dem Alltag und Geschäftsleben nicht mehr wegzudenken. Dank Bluetooth und mobiler Dienste wird damit längst nicht mehr nur telefoniert, sondern es werden auch MP3-Dateien vom Handy oder iPod im Auto gehört.

Zubehör-Hersteller bieten attraktives POS-Material wie -Präsentier mit Testexemplaren, mit deren Hilfe Produkte wie Freisprechanlagen bis hin zu iPods bestmöglich in Szene gesetzt werden. Idealerweise ist die Präsentation vergleichbar mit der Ansicht im Auto und alle Geräte sind voll funktionstüchtig und frei bedienbar. Für Detailinfos können Interessierte in Produktbroschüren blättern, die ebenfalls von Herstellern zur Verfügung gestellt werden. Weitere Unterstützung wie durch lokale Marketingaktionen und persönliche Betreuung erhalten Fachhändler beispielsweise im Rahmen von Fachhandelsprogrammen. (MK)

Dirk Kreuter – Neukunden mit Garantie, 58455 Witten, Telefon: (0800) 57388-37, www.dirkkreuter.de



Vier Maßnahmen führen, so Dirk Kreuter, im Verkaufsgespräch zum Erfolg: Die innere Einstellung überprüfen, aktiv ansprechen und verkaufen, den Bedarf des Kunden ermitteln sowie eine Lösung und nicht nur ein Produkt anbieten.

funkschau handel: Welche Chancen bietet Zubehör für den TK-Handel?

Dirk Kreuter: Für den Handel muss es jetzt vor allem darum gehen, mehr Umsatz zu erzielen. Mit dem Kernsortiment ist dies nur noch bedingt möglich, da die Bedürfnisse der Kunden weitgehend gesättigt sind. Zubehör dagegen bietet jederzeit hohes Potenzial, da es die Vorteile eines Produktes, zum Beispiel den Nutzen eines Handys dank neuer Funktionen erhöht oder Einsatzmöglichkeiten erweitert. Zudem ist es leichter, den Käufer eines Handys von entsprechendem Zubehör zu überzeugen, als einem neuen Kunden ein neues Telefon zu verkaufen. Diese Art des Verkaufens wird Cross-Selling genannt. Deshalb schlummern bei Zusatzprodukten noch die größten Potenziale.

funkschau handel: Würden Sie das an einem Beispiel bitte näher erläutern?