

## **Herstellerunabhängige Produkt- und Verkaufsschulungen**

**Der Fachhandel befindet sich in einem Umstrukturierungs- und Umdenkprozess. Neue Konzepte und neue Lösungswege sind gefragt, um sich vom Internethandel abzusetzen. Ebenso muss eine Positionierung gegenüber den großen Elektronikmarkt Ketten stattfinden, um nicht Gefahr zu laufen die Daseinsberechtigung zu verlieren. Eines der Mittel um dies zu erreichen besteht in gezielten Mitarbeiterschulungen.**

Aktuelle Entwicklungen zeigen einen deutlichen Trend: Das mittlere Marktsegment verringert sich konsequent. Von einem Anteil von fast 50% im Jahre 1973 bis 2010 auf einen Anteil von etwa 10% zurückgehen.

Die Zukunft liegt also bei qualitativ hochwertigen Spitzenprodukten und Dienstleistungen mit einem Marktanteil von etwa 40% und bei Billigprodukten bzw. Discountangeboten. Hier ist eine klare Positionierung erforderlich. Diese kann für den Fachhandel ausschließlich darin bestehen sich im Marktsegment der Spitzenanbieter mit entsprechenden Produkten und Lösungen zu positionieren. Gute Produkte, exzellente Serviceleistungen und bestens ausgebildete Mitarbeiter gefordert. Der Handel sieht sich der zunehmenden Konkurrenz des Internets ausgesetzt. Das Stichwort lautet hier Web 2.0, bei dem Internetnutzer immer mehr mit einbezogen werden. Informationsportale wie ciao ([www.ciao.com](http://www.ciao.com)) oder social bootmarking Tools wie Mr. wong (<http://www.mister-wong.de/>) ersetzen zunehmend schlechte Beratungsleistungen im Handel. Internetnutzer

werden damit zunehmend zu Inhaltsanbietern, sprechen Empfehlungen aus und stellen Erfahrungen mit Produkten einer breiten Masse zur Verfügung.

Daher kann der Fachhandel sich keine Schwächen in der Personalausbildung mehr leisten. Dennoch wird immer noch nicht genug Wert auf Schulungen gelegt und oftmals werden die falschen Schulungsgebiete berücksichtigt.

In der Hauptsache sind drei Themen für die Mitarbeiterschulung erforderlich, um sich abzuheben. Dies kann man ganz eindeutig aus den Umfragen verschiedener Studien der letzten Zeit entnehmen:

Fachhandelsmitarbeiter müssen sich erstens mit den angebotenen Produkten bestens auskennen. Und zwar besser als die Konkurrenz der großen Ketten, denn diese holen in letzter Zeit insbesondere durch größer angelegte Schulungsprogramme auf. Doch dies allein ist nicht das Entscheidende: Zwei weitere Punkte gewinnen zunehmend an Bedeutung. Der erste liegt in der Qualität im Umgang mit Kunden und der zweite besteht darin, dass Fachhandelskunden immer mehr dazu neigen Lösungen zu kaufen. Lifestyle ist angesagt. Es reicht daher nicht mehr aus die einzelnen Produkte zu kennen, sondern es müssen komplette Vernetzungslösungen geboten werden. Dieser „Lifestyle“ im Homeentertainment Bereich kann nicht einfach erklärt werden, sondern er muss den Kunden vorgeführt werden. Das Erlebnis beim Kauf gewinnt daher immer mehr an Bedeutung für den Premium Markt. Daher ist ein sehr wichtiger Punkt der zukünftigen Schulungen: Was funktioniert auf welche Weise am besten zusammen und welche zukunftssträchtige und erweiterbare Lösung kann ich meinen Kunden anbieten? Wie kann ich meinen Kunden den Style der Produkte rüberbringen, die ich anbiete? Hier muss der Lösungsverkaufsansatz stärker geschult werden, denn Kunden wollen nicht mehr nur die einfache Produktberatung sondern Sie möchten Lösungen präsentiert bekommen.

Drittes Thema, welches bei Schulungen oder Ausbildung leider immer noch vernachlässigt wird ist der Servicegedanke. Diese Einstellung ist in den USA weit mehr verbreitet als in Deutschland. „Leider passiert es auch immer wieder, dass ich bei den Recherchen zu meinen Artikeln in Geschäften von Verkäufern regelrecht belehrt werde. Oft führt aber gerade dieses rechthaberische Verhalten des Verkaufspersonals gerade zum Gegenteil. Ein derartiger Sprachstil der Ver-

käufer führt beim Gegenüber recht oft weg von der fachlichen Seite hin zu einer beziehungs- Ebene. Wen wundert es da wenn Kunden durch derartiges Verhalten zwangsläufig ein schlechtes Gefühl bekommen und Verkaufs Abschlüsse auf diese Weise gefährdet sind.

Obwohl ein gewisser Umdenkprozess begonnen hat besteht in diesen Punkten ein enormer Nachholbedarf.

Dies kann durch gängige Schulungssysteme und auch Produktschulungen, die die Industrie anbietet nur unzureichend abgedeckt werden.

Der Fachhandel ist also gezwungen sich hier nach alternativen Lösungsansätzen umzuschauen.

Wer seine Mitarbeiter nicht regelmäßig schult läuft Gefahr vom Wettbewerb überholt zu werden. Insbesondere die Themen Lösungsverkauf und Kundengespräche sind hierbei von sehr großer Bedeutung. Wenn ein Kunde sich beraten lässt ist die Produktkompetenz des Fachhändlers zwar wichtig, wird aber stillschweigend vorausgesetzt. Größere Bedeutung kommt hier sicherlich dem Service und Kundenumgang zu.

**Marcus Kugeler, langjähriger Experte in den Bereichen After Sales und Servicemanagement. ([www.ps-tech.de](http://www.ps-tech.de))**

Vorheriger Teil:

1. Umdenkprozess beim After Sales Service

Lesen Sie in den nächsten Teilen:

1. Der Service im Wandel – zukunftssträchtige Lösungen
2. Servicekonzepte für den Handel
3. Servicekosten optimieren – Zugewinn durch Service
4. Kundenbegeisterung und Kundenbindung durch After-Sales Lösungen

## **Unternehmensinformation / Kurzprofil**

Die PST - professional support technologies GmbH, ist ein unabhängiger Full Service Dienstleistungsspezialist für elektronische Produkte.

Nach dem Motto „Wir machen Service, den Sie sich leisten können“ unterstützt PST sowohl Industrie-, als auch Handelsunternehmen bei der Serviceabwicklung. Das Motto soll verdeutlichen, dass PST auf schnelle, effiziente und vor allem kostengünstige Servicelösungen für seine Kunden setzt.

Der Schwerpunkt der Arbeiten liegt im gesamten Bereich des After Sales für CE und IT Produkte. Ein weiterer Kern liegt im derzeit sehr gefragten Bereich der Assemblierung (SKD), sowie in der Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern in Industrie- und Handelsunternehmen.

PST ist für den Produktservice, die Garantiefallabwicklung sowie die Qualitätskontrolle namhafter Hersteller und Handelsunternehmen von Haushalts- und Unterhaltungselektronik zuständig. Hierbei ist das Hauptziel, durch effiziente und herausragende Abläufe, zum kostengünstigsten Anbieter zu werden. Darüber hinaus verfolgt PST das Ziel unabhängig zu bleiben und jeden Kunden neutral zu beraten, damit dieser von den weit reichenden Erfahrungen in den Bereichen Service und Qualitätssicherung profitieren kann. Ein hoch motiviertes Mitarbeiter-Team aus Technikern für Unterhaltungselektronik, Computer Hard- und Software bildet hierbei die Grundsäule des Unternehmens.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter [www.ps-tech.de](http://www.ps-tech.de)

**Für weitere Informationen, Bildmaterial und Presseanfragen wenden Sie sich bitte an:**

### **PST – professional support technologies GmbH**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Salvatore Rocco  
Breitscheider Weg 117  
40885 Ratingen  
Tel.: (+49) 2102 – 16897 - 31  
E-Mail: [rocco@ps-tech.de](mailto:rocco@ps-tech.de)

Im Falle einer Veröffentlichung bitten wir um Zusendung eines Belegexemplars