

Spielekttonik

Arbeitsblatt [UM42](#):

Würth – Aussendienstler ohne Laptop?

Der alte Würth, Multimilliardär, Gründer seines Handelsunternehmens rund um Schrauben - hat seinen Aussendienstlern ihren Laptop weggenommen. Bei 100.000 Teilen im Sortiment gab es einen Mordsaufstand. Hat ihn nicht interessiert.

Er sagte wortwörtlich: „*Ich möchte, daß Verkäufer mit Kunde kommuniziert, nicht mit Kiste.*“ (er meinte Laptops im Außendienst), „*Es ist eine Unhöflichkeit⁴, den Kunden stehen zu lassen.... Seitdem steigen die Umsätze wieder.*“

Die Kosten haben sich durch diese Maßnahme gravierend reduziert, die Verkäufer haben danach jedoch erheblich mehr verkauft. Die Kunden haben es honoriert, daß der Verkäufer sich wieder mit ihren Problemen beschäftigte, die Angebote genauer auf den Bedarf des Kunden ausrichtete, sich mit dem Emotionen, Ängsten, Vorschlägen des Kunden intensiver beschäftigte.

Das Controlling hat er völlig zusammengestrichen, alle Bemühungen vom Controlling hin zu einer besseren Ausbildung der Verkäufer hin verlagert, nämlich genau dahin, was ihm tatsächlich das Geld bringt. Nicht die Verwaltung und das Controlling oder die EDV bringen ihm das Geld, sondern ausschließlich der Verkauf.

Und ein Unternehmen lebt ausschliesslich von seinen Kunden, die das Geld bringen, wovon die Löhne gezahlt werden. Und ein Unternehmen hat sich in **allem** ausschliesslich an dem Bedarf seiner Kunden zu orientieren, indem es durch seine Dienstleistung die Komplexität beim Kunden reduziert. Erst hierdurch entsteht eine WIN/WIN – Beziehung und tatsächliche Kundenbindung.

Das Unternehmen ist kerngesund, expandiert nun sogar in der Solarzellen-Branche. Bald kommen grossflächige, durchsichtige Solarzellen in den Handel, die anstelle der Fenster eingebaut werden können. Würth hat wieder eine Marktnische entdeckt und konsequent ausgebaut.

Die Konkurrenz pleite, aber die wissen nun dank ausgereifter Software im Controlling und perfekter Kostenerfassung genau, warum!-)

Aufgabe: Wie hat Würth spielekttonisch das Verkaufsgespräch so anpassen müssen, dass der Aussendienstler keinen Laptop mehr benötigt, um z.B. dem Kunden die Preise zu nennen? Wie kann man das Verkaufsgespräch so gestalten, dass den Handwerker (Hauptkunden bei Würth) der Preis nicht mehr interessiert, also das Verkaufsgespräch kein Spiel mehr um „Preis“ darstellt, sondern ein Spiel um Möglichkeiten und Bedarf beim Kunden? Welchen elementaren Unterschied macht dies in der „Kundenbindung“ aus?