

Vertriebssteuerung: Mit Service Kunden gewinnen und binden

14.11.2011, 14:35 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Peter Schreiber & Partner*

Presseagentur: *Die PROfilBerater GmbH*



Expertenbarometer von Peter Schreiber & Partner zeigt: Industrieunternehmen erkennen zunehmend die Bedeutung des Service für den Unternehmenserfolg.

Welche Ziele verfolgen Hersteller von Investitions- beziehungsweise Industriegütern mit dem Ausbau ihres Serviceangebots für ihre Kunden und dessen aktiver Vermarktung? Das wollte die auf den Investitionsgütervertrieb spezialisierte Unternehmensberatung Peter Schreiber & Partner, Ilsfeld (bei Heilbronn), wissen. Also führte es eine entsprechende Expertenbefragung durch.

Das sogenannte Expertenbarometer mit 203 Teilnehmern ergab: Bei 23 Prozent der Unternehmen lautet das primäre Ziel, „sich von den Wettbewerbern zu differenzieren“. Dahinter stecken laut Peter Schreiber, Inhaber der Management- und Vertriebsberatung, zwei Erkenntnisse der Unternehmen: „Erstens, weil die Produkte zunehmend vergleichbar sind, können wir mit diesen allein immer schwieriger einen Wettbewerbsvorteil gegenüber unseren Mitbewerbern aufbauen.“ Und zweitens: „Unsere Kunden interessieren sich immer seltener ausschließlich für unsere Produkte. Sie wollen vielmehr für die Herausforderungen, vor denen sie stehen, konkrete Lösungen haben.“

Diese wachsende Erkenntnis spiegelt sich auch darin wider, dass 19 Prozent der Befragungsteilnehmer sagen: Das primäre Ziel des Ausbaus ihres Service- beziehungsweise Dienstleistungsangebots für ihre Kunden sei, die „Kundenloyalität“ zu erhöhen und Folgegeschäfte zu generieren. Weitere 16 Prozent betonen, sie wollten hierdurch vor allem „Wettbewerberkunden gewinnen“ – zum Beispiel, indem sie zunächst die Fremdprodukte der Mitbewerber in den Unternehmen warten und so allmählich eine Beziehung zu den Zielkunden aufbauen.

Die Befragungsergebnisse zeigen laut Schreiber, dass viele Hersteller von Investitionsgütern zunehmend die strategische Bedeutung des Services für das Gewinnen und Binden von Kunden erkennen – „auch wenn sich dies meist noch nicht in ihren Vertriebskonzepten widerspiegelt“. Diese sind wie unter anderem die von Peter Schreiber & Partner mit Professor

Dr. Matthias Klimmer vom Institut für Unternehmensführung an der Hochschule Mannheim 2010 erstellte Studie „Vermarktung von Serviceleistungen in der Industriegüterbranche“ zeigt, noch weitgehend produktzentriert.

Dafür, dass die Unternehmen die strategische Bedeutung des Services für den Unternehmenserfolg allmählich erkennen, spricht auch, dass im Expertenbarometer recht wenige Unternehmen eher kurzfristige, monetäre Ziele, als zentrale Motive für ihr Engagement im Servicebereich nennen. So geben zum Beispiel nur elf Prozent der Befragten an, ihr primäres Ziel sei es, höhere Preise zu erzielen, und nur neun Prozent streben vor allem danach höhere Deckungsbeiträge zu erzielen.

Nähere Infos über das Expertenbarometer finden Interessierte auf der Webseite von Peter Schreiber & Partner. Bei der Management- und Vertriebsberatung können sie auch den Ergebnisbericht der Studie „Vermarktung von Serviceleistungen in der Industriegüterbranche“ anfordern (Internet: <http://www.schreiber-training.de>, Mail: zentrale@schreiber-training.de; Tel.: 07062/96968). Er kostet 95 Euro (inkl. Versand).

Portrait

PETER SCHREIBER & PARTNER ist ein Trainings- und Beratungsunternehmen. Es unterstützt Hersteller von Investitionsgütern und Anbieter von industrienahen Dienstleistungen beim Formulieren sowie Umsetzen ihrer Vertriebs- und Marktbearbeitungsstrategie. Außerdem vermittelt es deren Mitarbeitern, die für einen erfolgreichen Vertrieb erforderlichen Fähigkeiten.

Inhaber des 1997 gegründeten Unternehmens ist Peter Schreiber. Der Diplom-Betriebswirt (BA) ist Autor des Buchs „Das Beuteraster – 7 Strategien für erfolgreiches Verkaufen“ (Orell Füssli Verlag). Er wurde vom Zentrum für Unternehmensführung (ZfU), Zürich, für das er regelmäßig Seminare u.a. zum Thema Preisgespräche durchführt, für seine Referententätigkeit mit dem „Teaching Award in Gold“ ausgezeichnet.

News-ID: 586767 • Views: 105 (Stand: 19.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/586767/Vertriebssteuerung-Mit-Service-Kunden-gewinnen-und-bindet.html>