

Vertrieb in der EDV-Branche, eine neue Herausforderung

09.01.2006, 08:10 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Schappach-Marketing*



Geballte EDV-Dienstleistungen vor Ort

Eine Zeitlang glaubte man, dass das Internet nun auch den Vertrieb übernommen habe und Vertriebsleute der Vergangenheit angehören, weit gefehlt!

Der Vertrieb ist der Motor jeder Unternehmung, die auf Umsatz angewiesen ist. Das Internet ist lediglich ein neues und sehr effektives Marketinginstrument, mehr nicht. Was Vertrieb leistet, wird in der Folge untersucht. Sicher ist nur, dass in dem derzeitigen Verdrängungswettbewerb, der Vertrieb wichtiger ist als jemals zuvor.

Verteilung oder Vertrieb?

Man unterscheidet zwischen aktivem Vertrieb und Verteilung. Ein „Verkäufer“ in einem Flächenmarkt ist ein Verteiler und kein Vertrieb.

Er nimmt lediglich die Verteilung von Gütern vor, die bereits bekannt sind oder im Vorfeld ausführlich beworben wurden. Natürlich hat er noch einen Spielraum im Rahmen seiner Beratung und darüber hinaus eine Beratungsfunktion, viel mehr aber nicht.

Ähnliches gilt für den Katalog- und Internetversand. Die fehlende persönliche Beratung wird ersetzt durch ausführliche Bilder und Texte, eventuell durch eine telefonische Beratung.

Beide Verkaufsformen haben ihre Daseinsberechtigung und sollen deshalb nicht in Frage gestellt werden. Es handelt sich in beiden Fällen um einen Konsumentenmarkt, der anders kaum abzudecken ist. Mit Vertrieb im klassischen Sinn haben die geschilderten Formen aber wenig zu tun.

Die Prinzipien bleiben aber die Formen ändern sich!

Neue Techniken und Lösungen erfordern einen neuen Umgang mit dem Vertrieb. Agressive Verkaufsformen, speziell bei Kommunikationsunternehmen, haben sich durchgesetzt. Hier wird versucht, per Hausbesuch oder Telefonmarketing, Telefonverträge und DSL zu vermarkten. Auch das ist kein Vertrieb sondern eher eine Belästigung, da die Zielgruppe Hausfrauen und Rentner sind, die sich damit eher in einer Opfer- als in der Kunderolle befinden.

Wo spielt sich der Vertrieb ab

Wie wir schon festgestellt haben, weniger im Konsumgüterbereich als bei Investitionsgütern. Damit zusammen hängt

auch die Zielgruppe. Dies ist der Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). In diesem Bereich sind dann endlich vertriebliche Fähigkeiten gefragt. Dies sind Kompetenz, Freundlichkeit und Höflichkeit. Unsichtbar für den Kunden, kommen dann noch Beharrlichkeit und der Wille zum Erfolg dazu. Dies sind die Tugenden, die ein Verkäufer schon vor 30 Jahren benötigte und die er heute unverändert pflegen muss, denn hier hat sich nichts verändert.

Eine interessante Vertriebsform entsteht

Das IT-Service-Net ist eine bundesweite EDV-Serviceorganisation. Diese besteht aus über dreißig hervorragenden Servicetechnikern. Da diese Techniker selbstständig sind, benötigen diese eine Anzahl von Kunden um am Markt bestehen zu können. Konzentriert auf die Technik, haben diese keine Zeit Kunden zu akquirieren. Was liegt also näher, als dem Techniker einen Vertriebsmann zur Seite zu stellen. Der Vertrieb sucht neue Kunden und verkauft dem Kunden nicht nur Hardware, Zubehör oder eine Lösung, sondern auch noch gleich die Dienstleistung dazu. Damit entsteht eine klassische „Win-Win“ Situation. Der Kunde erhält alles aus einer Hand, der Techniker bekommt Serviceaufträge und der Verkäufer hat ein rundes Konzept mit dem er Geld verdient.

Ein Praxisbeispiel

Natürlich muss man Entwicklungen im Auge behalten und umsetzen können, hier ein Beispiel:

Jeder kennt die Feinstaubdiskussion, die letztes Jahr durch die Medien gegangen ist. Es wurde erkannt, dass der Feinstaub nicht nur auf der Straße ist, sondern im verstärkten Maß im Büro entsteht. Dies wird verursacht durch Kopierer und Laserdrucker, die toxische Tonerstäube in die Luft blasen.

Abhilfe ist ganz einfach, der Techniker reinigt das entsprechende Gerät und baut einen FeuchtfILTER ein, der 92% des Tonerstaubs bindet. Dieser Vorgang muss - um Wirkung zu zeigen - etwa in sechs Monaten wiederholt werden. Dazu wird dann ungiftiger Toner verkauft und der Kunde hat keine Sorge mehr.

Im der Bundesrepublik steht eine unglaublich Anzahl von Bürogeräten, die Toner in die Luft blasen. Ein unfassbares Potential für einen guten Verkäufer/ Techniker-Team, die Kunden müssen es nur wissen oder?

Natürlich geht es nicht nur um Filter oder anderes EDV-Zubehör, das Konzept schließt sämtliche Produkte ein. Dies geht von Softwarelösungen über sämtliche Hardware bis zu allen möglichen Dienstleistungen.

Mehr Informationen zu diesem Themenbereich sind zu finden auf : www.it-service-net.de

Schappach-Marketing
Betreff: IT-Service-Net

Portrait

Tel.: 0 621 71 86 69 0

Fax: 0 621 71 88 96 4

Mail: info@it-service-net.de

Internet: www.it-service-net.de

News-ID: 73647 • Views: 2721 (Stand: 02.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/73647/Vertrieb-in-der-EDV-Branche-eine-neue-Herausforderung.html>