

**FENSTER BESSER VERMARKTEN**Das neue Verkaufen: schneller,  
stressfreier und effektiver

Die derzeit boomende Konjunktur verpflichtet auf Rabattaktionen zu verzichten, Preise anzuheben, Zusatzverkäufe anzukurbeln und zeitgleich den Stress durch Automation vieler Geschäftsprozesse abzubauen. Es wird höchste Zeit, dass eine ganze Branche aus ihrem Dornröschenschlaf aufwacht. Seit der FRONTALE vor 8 Monaten hat sich nur wenig getan. Die Fensterbauer haben aus der konjunkturellen Hochsaison keinen positiven Nutzen für sich gezogen. Weder wurden die Preise angehoben noch ist das Zubehörgeschäft forciert worden. Das Geld ist sozusagen auf der Straße liegen geblieben.

Hingegen haben die Angebotsflut, Arbeitsüberlastung und die Montagevorlaufzeiten zugenommen. Jeder in der Branche ist derzeit am Stöhnen, viele Betriebe und vor allem ihre Mitarbeiter gehen ans bzw. übers Limit. Die nötigen Gewinne bleiben aus, Stress und Arbeitszeiten steigen hingegen. Und das trotz brummender Konjunktur. Genau anderes herum müsste es laufen, mehr Gewinne und weniger Arbeitsbelastung.

Um dies zu erreichen gibt es zwei Lösungen. Beginnen wir bei den Gewinnen. In vielen Betrieben sind die Montagevorlaufzeiten insbesondere deswegen so hoch, weil sie nicht genügend Fachkräfte haben, die die Produkte einbauen. Dies ist ein großes Problem, was sich in Zukunft noch weiter verschlechtern wird.

Der Kampf um die besten Mitarbeiter ist zu einem Überlebenskampf geworden. Derzeit werden Antrittsprämien bei einem Jobwechsel von 3000 Euro und mehr geboten. Ein Wahnsinn! Betriebe sollten dieses Geld vielmehr in die Mitarbeiterzufriedenheit investieren und die bestehenden Mitarbeiter ans Unternehmen binden.

Lohn ist zwar ein entscheidender Faktor für Mitarbeiter, so lange diese ohne Ängste den Lebensunterhalt ihrer Familie sichern können. Darüber hinaus zählen jedoch ganz andere Werte wie Anerkennung, Lob, Respekt, Vertrauen und das Betriebsklima. Da die Lebenshaltungskosten steigen, sind Mitarbeiter auf einen guten Lohn angewiesen. Fachkräfte müssen und werden gutes Geld verdienen, auch wenn Betriebe hier immer noch am falschen Ende sparen. Dies geschieht jedoch nicht über eine einfache Erhöhung der Stundenlöhne, sondern über Boni für die Einhaltung von vordefinierten Qualitäts- und Montageversprechen.

Nun wird sich mancher Betrieb fragen, woher er diese Boni bezahlen soll. Ganz einfach: Indem endlich die Preise angehoben und Zubehörartikel verkauft werden. Ein Teil dieser Mehrerlöse muss dann über Boni in höhere Löhne fließen. Die konjunkturelle Hochsaison ist doch geradezu ideal, Preise anzuheben.

Bei einer hohen Nachfrage müssen die Preise hochgehen. Jede Tankstelle hat dieses einfache Gesetz verstanden.

Sonderaktionen à la „3 für 2 Scheiben“ oder „Aluschale gratis“ sind vollkommen deplatziert. Auch um die Zukunft zu sichern, müssen die Preise angehoben werden, sonst wird alles zum Discountpreis verramscht, wenn die Konjunktur wieder rückläufig ist.

Außerdem müssen sich Betriebe endlich trauen, viel mehr Zubehörartikel zu verkaufen, damit Kunden in den nächsten drei bis vier Jahrzehnten von mehr Komfort profitieren und sie sich so vom Wettbewerb mit Standardqualität abheben. Das ist die einzige Überlebenschance.

Kommen wir zur Arbeitsbelastung. Hier ist die Automation sämtlicher Vertriebsprozesse das bahnbrechende Argument. Wer als erster auf diesen Zug aufspringt, wird den Wettbewerb weit abhängen.

Derzeit geht zu viel Zeit verloren, wenn beispielsweise Kontaktdaten von Messebesuchern händisch erfasst werden und Kunden mehrere Tage oder Wochen auf eine Kontaktaufnahme warten. Es gibt einfache, datenschutzkonforme Lösungen, wie Kundendaten automatisiert erfasst, die manuelle Bearbeitungszeit eingespart und Kunden unmittelbar mit weiteren Informationen versorgt werden. Das erhöht nicht nur die Kundenbegeisterung, Angebote können zudem viel schneller erstellt und somit auch erfolgreicher abgeschlossen werden.

Diese Zeitersparnis schafft zudem eine höhere Zufriedenheit bei Chefs und Mitarbeitern und lässt Betrieben wieder mehr Zeit, an den strategisch wichtigen Aufgaben zu arbeiten.

Die Automatisierung spart also nicht nur viele Kosten ein, sie ist auch ein Garant, dass der Schnellere den Auftrag bekommt und somit auch die Gewinne steigen. Außerdem stärkt Automation die Wettbewerbsvorteile und lässt alleine dadurch schon die Preise anheben. —

**DER AUTOR**

Armin Leinen ist Experte für Mitarbeitermotivation und Kundenbegeisterung im Handwerk. Er gibt seine langjährigen praktischen Erfahrungen in Form von Seminaren und Coachings an Unternehmer, Verkäufer und Monteure praxisorientiert, authentisch und vor allem umsetzbar weiter – und schreibt Gastbeiträge für die GLASWELT.



Foto: Armin Leinen

[www.arminleinen.com](http://www.arminleinen.com)