



Foto: Fotolia.com/kizz7

MARKETING UND VERTRIEB

Mehr Geschäftserfolg als gutes Bauunternehmen

Innerhalb der Artikelserie zur Vorstellung des Instruments CASA bauen, das Gerüstbauern helfen soll, ihre Organisation und Ihre Unternehmensführung zu prüfen und wo nötig zu verbessern, berichten wir in dieser Ausgabe über den zweiten von 14 Impulsen „Marketing und Vertrieb“.

Verkaufsförderung erkennen und nutzen

Eine innovative Arbeitsgestaltung hat Erfolg, wenn ein Unternehmer dafür Sorge trägt, dass sein Unternehmen wirtschaftlich gut aufgestellt ist. Um dies erreichen zu können und um sich von der Masse abzuheben, bedarf es auch in KMUs (Kleine und Mittelständische Unternehmen) eines durchdachten Marketings.

Um rechtzeitig auf Veränderungen, wie Marktverdichtung und Konkurrenz reagieren zu können, müssen Handwerksbetriebe flexibel, zukunftsorientiert und wettbewerbsfähig sein und bleiben. Flexibilität ist hierbei eine Eigenschaft. Dass heißt, das Unternehmen muss in der Lage sein, auf ständig verändernde Bedingungen zu reagieren und nicht an ihnen zu scheitern. Zukunftsorientiert handeln Betriebe, die bereits heute erkennen, welche Angebote in den nächsten Jahren gefragt sein werden. Diese Gerüstbaubetriebe können die zukünftig nachgefragten Dienstleistungen frühzeitig in ihre Angebotspalette aufnehmen, sich darin spezialisieren und zum richtigen Zeitpunkt mit ihren Erfahrungen bei den Kunden punkten.

Von der Idee über die Planung bis hin zur Umsetzung - hierfür ist das Marketing im Handwerk sehr wertvoll. Die Casa-bauen Praxishilfe unterstützt Gerüstbauer, ihr Marketing zu optimieren. Mit

2 x 7 Themen von CASA-bauen sind:

	Organisation des Unternehmens	Organisation für die Baustelle
1.	Strategie und Unternehmensführung	Durchdachtes Angebot
2.	Marketing und Vertrieb	Kooperation und Kommunikation der am Bau Beteiligten
3.	Wirkungsvolle Arbeitsorganisation	Organisationsplanung und Arbeitsvorbereitung
4.	Leistungsfördernder Personaleinsatz	Produktiver und motivierender Personaleinsatz
5.	Interner Informationsaustausch	Praxisgerechte Baudurchführung
6.	Effektive Beschaffung und störungsfreier Technikeinsatz	Fortlaufende Kontrolle und Steuerung der Bauleistungen
7.	Innovationen und Wettbewerbsfähigkeit	Verbesserung und Innovation (Gewährleistung)

Hilfe gezielter Fragen erhalten die Betriebsinhaber/innen erste Anstöße sowie Richtungsweisen zur ganzheitlichen, marktorientierten Unternehmensführung. Marketing und Vertrieb beginnen

A Organisation des Unternehmens

A 2. Marketing und Vertrieb



Ziel:

Wir präsentieren uns in der Öffentlichkeit so, dass unser Bekanntheitsgrad und unser Image als Unternehmen steigen und wir uns erfolgreich am Markt verankern.

Unsere Beschäftigten identifizieren sich mit dem Unternehmen und vertreten uns kompetent in der Öffentlichkeit und bei unseren Bauherren.

Basisprozesse und -maßnahmen,
die generell im Unternehmen zu regeln sind

Handlungsbedarf

Bild in der Öffentlichkeit

Es gibt klare Vorstellungen, wie wir uns in der Öffentlichkeit, bei unseren Auftraggebern und Bauherren darstellen. Wir haben einen einheitlichen Qualitätsbegriff für das Unternehmen formuliert.

Zum Beispiel:

- Ein attraktives Logo
- Gut gestaltete und saubere Fahrzeuge
- Einheitliche Kleidung mit Logo
- Saubere Baustellen
- Werbung an jeder Baustelle
- Werbekonzept (wo und wie wir uns in der Öffentlichkeit darstellen)
- Flyer
- Internet
- Anzeigen
- Presseberichte
- Tag der offenen Tür
- Messen
- Referenzprojekte (Referenzmappe erstellen)
- Aktivitäten in der Region



Umsetzung durch:

Bis:

Bemerkungen:

Marketing

Diese Vorstellungen sind in einem Marketingkonzept mit Maßnahmen umgesetzt, das regelmäßig überprüft und verbessert wird.

In der Außendarstellung nutzen wir die in CASA-bauen herausgearbeiteten „Eigenen Stärken“.

Zum Beispiel:

- Kunden befragen („Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?“)
- Checklisten
- Gespräche mit Beschäftigten und Führungskräften
- Externe Fachleute aus Verbänden, Kammern, Innungen zu Rate ziehen und deren Werbematerialien nutzen



Umsetzung durch:

Bis:

Bemerkungen:

Auszug aus dem CASA-bauen Selbstcheck – A Organisation des unternehmens

in Handwerksunternehmen schon im Kleinen. Dazu gehört ein aussagekräftiges Firmenlogo, ein ordentliches Erscheinungsbild in Form von Kleidung, Briefpapier und Visitenkarten, ein Auftritt im Internet oder die Art und Weise, wie Gerüstbaubetriebe mit Kunden und Geschäftspartnern kommunizieren. Aktives Zuhören und Fragenstellen im Kundengespräch sollten sowohl für Sie als auch für Ihre Mitarbeiter selbstverständlich sein. Mitarbeiter- und Kundenbefragung helfen Ihnen, um die Bedürfnisse sowie Erwartungen an den Gerüstbaubetrieb in Erfahrung zu bringen. Daraus können Sie zielsicher Aktionen ins Leben rufen, die einen höheren Erfolg versprechen. Ein wesentlicher Bestandteil des Marketings ist die Kundenbindung. Ein logisches Adressmanagement unterstützt Sie bei Ihren regelmäßigen Kundenkontakten - bleiben Sie in Erinnerung! Betreiben Sie eine enge Kommunikation mit Ihren Kunden, um sie über Neuerungen und Weiterentwicklungen Ihrer Angebotspalette zu informieren. Darüber hinaus sorgen Sie für eine schnelle Behebung von Beschwerden. Sie sollten auch bei jedem Neukunden erfragen, über welches Medium er von Ihnen erfahren hat.

Damit Angebote zielsicher beim Kunden platziert werden, ist das Verstehen und Anwenden des „Marketing-Mix“ ein nützliches Instrument. Es erhöht die Wahrscheinlichkeit betriebliche Marketingpläne in konkrete Aktionen umzusetzen. Hierbei sind 4 wesentliche Hinweise zu beachten:

Gerüstbauunternehmen müssen genau überlegen, wie ihre Produkte bzw. Dienstleistungen aussehen sollten, um den Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden. Um dies sicherzustellen, gehören Instrumente, wie Qualität, Markenname, Service oder Garantien dazu. Mit Hilfe einer überlegten Preisgestaltung sollen Kaufanreize geschaffen werden. Eine kundenfreundliche Preisgestaltung setzt sich durch kalkulierte Rabatte, Mengenzuschläge und/oder Zahlungs- und Kreditbedingungen zusammen. Absatzwege, Standorte, Lagerhaltung sowie Transportmöglichkeiten spielen bei einfachen, schnellen und kostengünstigen Vertriebswegen eine bedeutende Rolle.

Anzeige



MJ-GERÜST
Gerüstsysteme

So leicht kann stark sein!



Fragen Sie nach unseren Einführungsangeboten!

Info-Hotline

+49(0 23 91) 81 05-350

bauma 2013

Halle A2 Stand 119/224.



MJ-GERÜST
Gerüstsysteme

MJ-Gerüst GmbH
Ziegelstr. 68 | 58840 Plettenberg
Fon: +49 (23 91) 81 05 - 350
eMail: verkauf@mj-geruest.de
www.mj-geruest.de



A.2. Marketing und Vertrieb

Marketing und Vertrieb
A2

<p>Gute-Bauunternehmen.de</p> <p>Das Unternehmen präsentiert sich auf der Qualitätsplattform Gute-Bauunternehmen.de und nutzt die Bauherrenbewertung sowie die Qualitätsiegel zur Werbung.</p> <p>Die CASA-bauen-Selbstbewertung ermöglicht die Aufnahme auf die Plattform.</p>	<div style="text-align: center;"> </div> <p>Umsetzung durch: _____</p> <p>Bis: _____</p> <p>Bemerkungen: _____</p> <p><input type="checkbox"/> Eine unserer Stärken, die wir gezielt unseren Kunden vermitteln wollen</p>
<p>Kundenkontakt</p> <p>Kontakte mit dem Auftraggeber/Bauherrn werden genutzt, um seine Zufriedenheit und Verbesserungsmöglichkeiten festzustellen sowie Möglichkeiten für neue Dienstleistungen zu erkennen.</p> <p>Zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> Bauherrenbewertung von „Gute-Bauunternehmen.de“ systematisch auswerten Gesprächstraining und andere Weiterbildungen von Verbänden, Kammern und Innungen Betriebsinterner Erfahrungsaustausch Förderung der Fähigkeit unserer Führungskräfte/Beschäftigten, kundenorientiert auf der Baustelle aufzutreten und mit Kunden zu reden Informationen und Beratung durch Hersteller und Fachhandel nutzen 	<div style="text-align: center;"> </div> <p>Umsetzung durch: _____</p> <p>Bis: _____</p> <p>Bemerkungen: _____</p> <p><input type="checkbox"/> Eine unserer Stärken, die wir gezielt unseren Kunden vermitteln wollen</p>
<p>Engagement in der Region</p> <p>Das Unternehmen engagiert sich in der Region und unterstützt Beschäftigte, ehrenamtlich tätig zu werden.</p> <p>Zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> Engagement in Innungen, Kammern, Verbänden Engagement in Schulen, Kindergärten, Sozialeinrichtungen, Kirchengemeinden, Feuerwehren usw. Maßnahmen zum Schutz der Umwelt Unterstützung für Veranstaltungen/Vereine und/oder soziale Zwecke 	<div style="text-align: center;"> </div> <p>Umsetzung durch: _____</p> <p>Bis: _____</p> <p>Bemerkungen: _____</p> <p><input type="checkbox"/> Eine unserer Stärken, die wir gezielt unseren Kunden vermitteln wollen</p>

Wirkungskontrolle durch: _____ Am: _____ Erledigt: _____

Marketing-Mix

Ihre Leistungen sollen an den Kunden gebracht werden. Dazu gehört eine kluge Kommunikation. Die relevanten Instrumente der Kommunikation sind Unternehmensflyer, Informationsmaterial, Presseartikel, Internet, persönlicher Verkauf, Sponsoring, Messen und Veranstaltungen. Insbesondere die Öffentlichkeitsarbeit steigert Ihren Bekanntheitsgrad sowie die Reichweite. Öffentlichkeitsarbeit muss nicht viel kosten. Es ist auch für Klein- und Kleinstbetriebe machbar. Wenn Sie nicht aktiv werden, sorgen auf jeden Fall Andere für Ihr Image. Achten Sie insofern auf eine gute Öffentlichkeitsarbeit, z. B.:

- Beschriftung des Firmenautos
- Optik der Firmenbriefbögen/-drucksachen
- Aussagekraft der Rechnungen
- Art der Firmenwerbung
- Häufigkeit der Firmenwerbung

Nicht zu vergessen sind die Mitarbeiter, die ein wichtiger Bestandteil bei der Umsetzung der Marketingpläne sind. Präsentieren sich ihre Mitarbeiter in der Öffentlichkeit so, dass ihr Bekanntheitsgrad und ihr Image als Unternehmen gesteigert und sie erfolgreich am Markt verankert werden? Identifizieren sich ihre Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen und vertreten Sie kompetent in der Öffentlichkeit und bei ihren Bauherren? Ist ein freundlicher Umgang mit den Kunden sichergestellt? Kennen Ihre Mitarbeiter die Wünsche und Probleme der Kunden? Hinterfragen Sie das und nutzen Sie dafür die Casa-bauen Praxishilfe.

In der nächsten Ausgabe berichten wir über den dritten von 14 CASA-bauen Impulsen – die Arbeitsorganisation.

Sie haben weitere Fragen zu CASA-bauen? Zögern Sie nicht, kontaktieren Sie uns. Wir stehen Ihnen mit Rat und Tat zur Seite! Gern beantwortet Ihnen Frau Anika Klug-Winter von der uve GmbH für Managementberatung Ihre Fragen. Profitieren auch Sie von den Ergebnissen und Erfahrungen von CASA-bauen.

WEITERE INFORMATIONEN

uve GmbH für Managementberatung
 Anika Klug-Winter, Dipl. Betriebswirtin (FH)
 Kalkkreuthstr. 4, 10777 Berlin
 Tel. 030-315 82-464, Mobil 0178-536 61 64
 Fax 030-315 82-400, www.uve.de



zertifiziert nach den Qualitätskriterien der Gesellschaft für Qualität im Arbeitsschutz mbH

Anzeige

UVE

Die Sicherheits-spezialisten

Sicherheit mit basISS-net

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz zahlen sich für Ihr Unternehmen aus!

- ✓ Fachkraft für Arbeitssicherheit
- ✓ Baustellendokumentation
- ✓ Mitarbeiterunterweisung
- ✓ Rechtssichere Dokumentation
- ✓ Beratung vor Ort
- ✓ Gefährdungsbeurteilung online

Testen Sie jetzt unverbindlich unser online-Angebot:
www.basISS-net.de

uve GmbH für Managementberatung
 Kalkkreuthstraße 4 10777 Berlin
 ☎ 030 31582-465 h.siekmann@uve.de

basISS-net
 In Kooperation mit der Bundesinnung Gerüstbau