



## Schneller direkt mit Kunden im Gespräch

Effizienter Internetauftritt für den Fachhandel

*Wir sprachen mit Norbert Pfitzer, Geschäftsführer der deeg GmbH in Crailsheim über seine aktualisierte Internetpräsentation.*

Herr Pfitzer, Internetseiten gibt es seit über 10 Jahren in Hülle und Fülle mit den unterschiedlichsten Gestaltungsmerkmalen. Was war Anlaß für Sie, Ihre Website gründlich zu überarbeiten und ein völlig neues Konzept zu realisieren?

**Pfitzer:** Internetseiten werden zunehmend aktiv genutzt. Menschen wollen etwas 'erleben', sie wollen über das Internet mit anderen in Kontakt treten und kommunizieren. Sie wollen fortlaufend aktualisierte Informationen und ihr Wissen erweitern. An dieser Entwicklung müssen wir uns orientieren. Diesen Trend möchten wir für die Geschäftsbeziehungen zu unseren Kunden nutzen.

*Wie sind sie das Projekt angegangen? Von welchen besonderen Ideen und Anregungen wurden Sie getrieben?*

**Pfitzer:** Mit unserer Agentur und speziell mit meinem Sohn – der ja einer jungen 'Web'-Generation angehört – haben wir das Projekt ausführlich diskutiert. Daraus sind erste Konzepte und Lösungsansätze entstanden. Wir hatten allerdings kein stimmiges Bild und konnten zunächst keine klaren Strukturen finden.

In dieser Situation haben wir uns an die Premium Maschinen Handel gewandt. Aus der Zusammenarbeit ergaben sich schnell innovative Lösungsvorschläge für ein schlüssiges Konzept. Vorteilhaft war die geschickte Moderation durch den externen Partner. So fanden alle Beteiligten – Vertriebsmitarbeiter, Außendienst, Sachbearbeiter – recht

schnell zu einem Konsens. Wir konnten unfruchtbare, emotionale Diskussionen rasch beenden und uns auf wesentliche Sachfragen konzentrieren.

Einen besonderen Schwerpunkt bei der neuen Internetpräsentation sollte die schnelle Interaktion zwischen Kunden und Experten in unserem Haus bilden. Mit nur wenigen Mausklicks sollen Kunden den passenden Gesprächspartner zur Lösung ihrer anstehenden Aufgaben finden.

Unser besonderer Dank gilt dem Einkaufsverbund E/D/E. Er ermöglichte das Pilotprojekt. Aus den Erkenntnissen beim erstmaligen Umsetzen des neuen Konzepts ergeben sich für beide Seiten wertvolle Erkenntnisse. Das vereinfacht die Weiterentwicklung und das Konfigurieren für die Praxis.

*Welchen Umfang hat das Projekt, wie lange wird es bis zur Realisierung dauern?*

**Pfitzer:** Mit ersten Gedanken zu einem neuen Konzept befassten wir uns schon vor zwei Jahren. Aber erst nachdem sich die PMH im November 2013 für uns engagiert hat, entstand die nötige Dynamik. So sehen wir die Live-Schaltung unserer neuen Internetpräsentation bereits Ende Februar diesen Jahres.

*Wie profitieren beide Seiten bei der Entwicklung und Realisierung? Können Sie konkrete Themen nennen?*

**Pfitzer:** Als externer Sparring-Partner stellte PMH einige konkrete Fragen zur aktuellen Situation und zur Zukunft. Zum Beispiel: Wie sehen wir uns selbst im Markt? Wie entwickelt sich von außen betrachtet unsere Rolle als Fachhändler im Markt? Was sind die ursprünglichen Aufgaben des



Fachhandels? Welche Rolle wird er künftig einnehmen (müssen)? Aus den Antworten ergaben sich zwei wesentliche Erkenntnisse:

Zum einen ist unser gewohntes Standard-Marketing zu langsam für den heutigen schnellen Informationsaustausch. Wir benötigen eine wesentlich kürzere Time-to-market, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Wir stehen mehr und mehr im Wettbewerb mit Betreibern von webshops. Auch im professionellen Umfeld für Handwerk und Industrie gibt es dort bereits tausende Produkte zu sehr günstigen Konditionen innerhalb kürzester Bestell- und Lieferfristen.

Zum zweiten erkennen wir, dass unser Produktportfolio und unser Angebot einschließlich der Konditionen und Liefermöglichkeiten durch den Wettbewerb im Internet austauschbar wird. Wir verlieren sozusagen unser Gesicht, unsere Alleinstellung. Wenn wir aber in Angebot, Konditionen und Kundenkontakt austauschbar sind, können wir uns künftig nur sehr schwer im Markt behaupten. Denn Wettbewerber mit einer schlankeren Strukturen erzielen klare Preisvorteile.

*Wie sieht der Lösungsansatz nun in der Praxis aus?*

**Pfitzer:** Aus der offenen Diskussion mit unseren Vertriebsmitarbeitern ergaben sich konkrete Kriterien für die Optimierung des Vertriebskanals Internet. Unser AD wünschte sich schnelleren und engeren Kontakt zum Kunden sowie eine Konzentration auf eine Produktauswahl. Letzteres betrifft zum einen die Wünsche der Kunden, zum anderen die Know-how-Schwerpunkte beim Mitarbeiter. Was er besonders gut kennt, verkauft er auch gern und bevorzugt. Das gilt es zum Kunden zu transferieren.

PMH regte nun an, auf Basis einer geschickten Vernetzung über das Internet künftig die direkte Kommunikation, gewissermaßen in Echtzeit, unter Außendienst, Innendienst und Kunden zu verwirklichen. Das eröffnet uns die Chance, innerhalb kürzester Zeit individuell, regional und exakt auf den aktuellen Bedarf des Kunden abgestimmte Produkte und Leistungen anzubieten. Zudem können wir das Angebot unverzüglich mit den Kunden abstimmen, da es einen wechselseitigen Kontakt über das Internet gibt. So heben wir uns ganz klar aus der Masse von 'gesichtslosen' Anbietern mit webshops ab.

Darüber hinaus haben wir die Möglichkeit, unser Produktportfolio flexibel zu gestalten. Wir können über die Produkte des E/D/E hinaus weitere Produkte und Leistungen in unser Angebot integrieren.

Außendienst-Mitarbeiter können nunmehr wöchentlich oder monatlich Aktionen mit kurzfristig abgestimmten Produkten zu individuell gestalteten Konditionen starten. Dabei bieten sie gezielt einem ausgewählten Kundenkreis Produkte und Leistungen an. Zusätzlich besteht die Chance, Konditionen und Liefermöglichkeiten individuell mit einzelnen Kunden zu vereinbaren.

*Das war aber schon immer die Rolle der Außendienst-Mitarbeiter im Fachhandel. Was ist neu an Ihrem Konzept?*

**Pfitzer:** Grundsätzlich ist das richtig. Allerdings haben wir unsere Alleinstellung verloren. Verkaufaktionen, Konditionen, Produkte – alles ist heute auf einen Mausklick im Internet vergleichbar. Wir können uns als Fachhandel nicht mehr abgrenzen gegen die große Flut an Angeboten auf zahlreichen webshops. Deshalb brauchen wir eine Differenzierung, etwas, das uns gegenüber den webshops hervorhebt.



Jetzt kommt das wirklich Neue unserer innovativen Internet-Präsentation ins Spiel. Die bekannte Vorgehensweise unseres Verkaufs bekommt eine völlig neue Qualität! Denn wir sind künftig viel schneller in der Umsetzung von Aktionen und im Kontakt mit den Kunden. Wir sind unseren Kunden sozusagen auf einen Mausklick Nahe gekommen. Wir haben jetzt eine minimale Time-to-market und eine andauernde Präsenz beim Kunden. Noch mehr: Der Kunde wird durch die wechselnden Aktionen angeregt, sich selbst immer wieder auf unserer Internetseite über aktuelle Aktionen zu informieren. Wir bauen auf den Faktor menschlicher Neugier. Jeder möchte gern ständig neues, aktuelles erfahren. Mit unseren wechselnden Aktionen halten wir uns fortlaufend im Gespräch und sind beim Kunden ständig 'auf dem Schirm'. Wenn unsere Kunden einen Bedarf haben, schauen sie – hoffentlich – immer zuerst auf unsere Angebote.

*Aber solche wechselnden Angebote im Internet müssen gestaltet und in Form von Software programmiert werden. Wie wollen Sie das leisten?*

**Pfitzer:** Hier hebt sich unser Internetauftritt angenehm von bisher bekannten Lösungen ab: Die von PMH ausgearbeitete Software ist so angelegt, dass jeder unserer Außen- und Innendienstmitarbeiter mit wenigen Mausklicks Bilder und Texte in seinem Bereich einstellen kann. Dafür benötigt er keinerlei Programmierkenntnisse. Somit arbeiten wir flexibel und unabhängig von – teuren - Media-Agenturen und Softwarespezialisten.

*Wie sehen Sie die Chancen, ihre Zukunft erfolgreich zu gestalten?*

**Pfitzer:** Wenn wir die Möglichkeiten der neuen Medien geschickt und effizient nutzen, können wir

unsere aktive Position im Markt behaupten und weiter ausbauen. Das Internet gibt uns die Möglichkeit, vom Lieferant bis zum Kunden die Abläufe zu vernetzen und somit erheblich zu beschleunigen. Wir können und müssen die Time-to-market deutlich verkürzen. Dies verwirklichen wir regional orientiert als persönlicher Ansprechpartner unserer Kunden. Mit dem jetzt relisierten Internetauftritt schaffen wir unser individuelles regionales 'social media'. Damit sorgen wir für direkte Kommunikation und engen Kontakt zu unseren Kunden, um schnell, flexibel und individuell abgestimmt agieren zu können.

Wenn uns das gelingt – und mit der Unterstützung durch PMH sehen wir uns auf dem besten Weg – werden wir als wichtiger Partner im Markt auftreten und unsere Zukunft aktiv und erfolgreich gestalten.

*Herr Pfitzer, vielen Dank für Ihre Informationen.*

