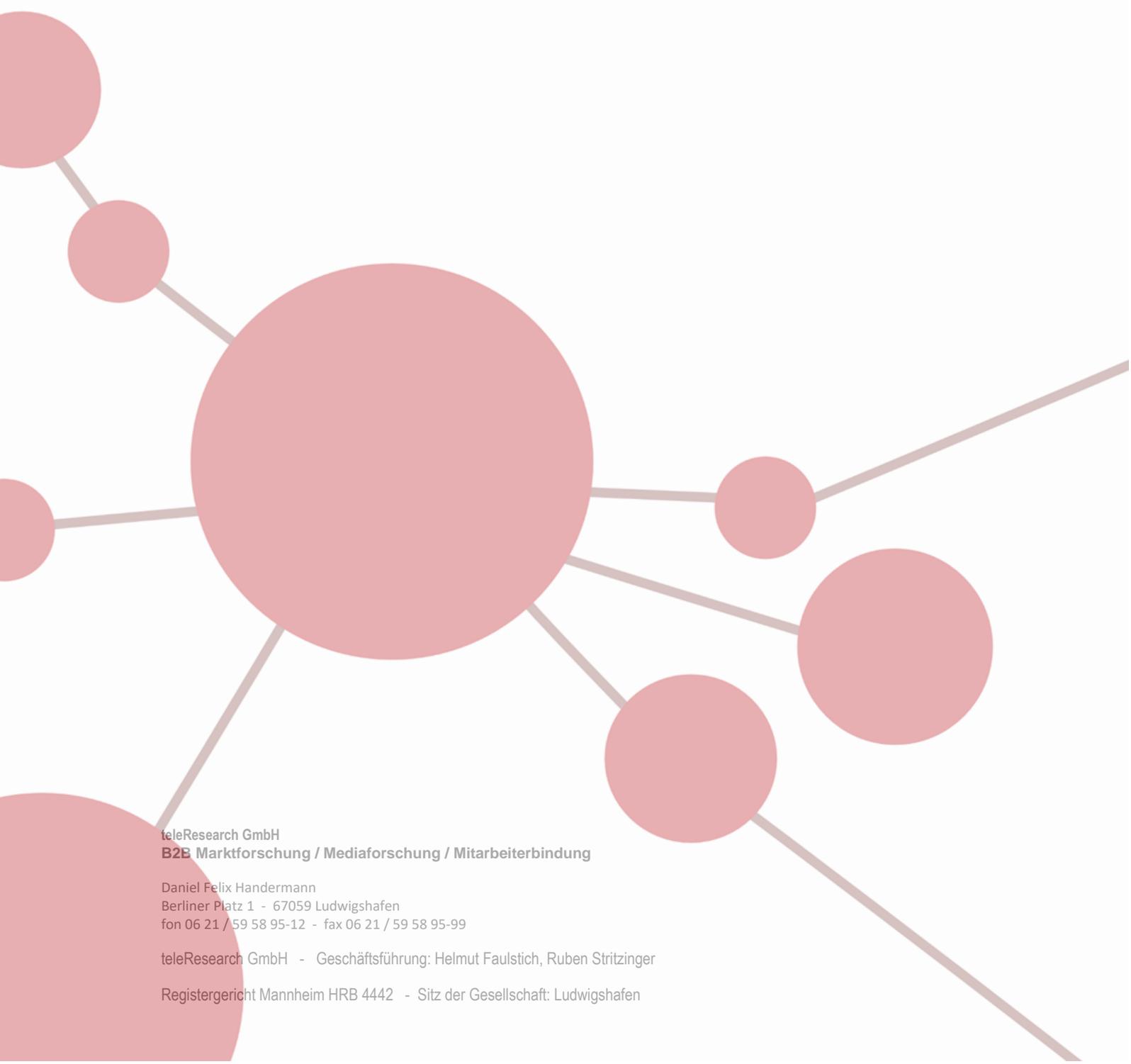


Vertriebs-Check in der Baubranche

Weshalb verlieren Sie Marktanteile – und wie gewinnen Sie welche?



teleResearch GmbH
B2B Marktforschung / Mediaforschung / Mitarbeiterbindung

Daniel Felix Handermann
Berliner Platz 1 - 67059 Ludwigshafen
fon 06 21 / 59 58 95-12 - fax 06 21 / 59 58 95-99

teleResearch GmbH - Geschäftsführung: Helmut Faulstich, Ruben Stritzinger

Registergericht Mannheim HRB 4442 - Sitz der Gesellschaft: Ludwigshafen

Ein Fallbeispiel bei Handwerker-Zielgruppen

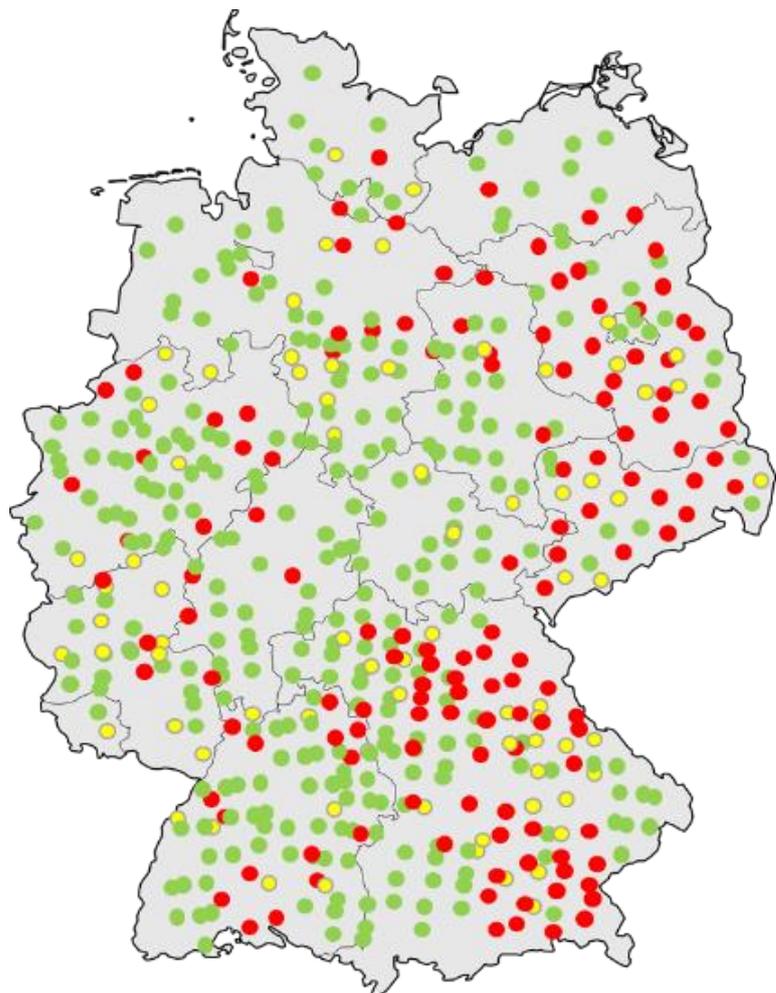
Noch boomt die Baubranche. Aber gerade angesichts einer drohenden Rezession ist das Halten von Marktanteilen wichtiger denn je. Aus hunderten Gesprächen mit Handwerkern wissen wir, dass diese sich in vielen Produktbereichen auf zwei oder drei Marken festlegen. Welche Marke davon bevorzugt verbaut wird, hängt in vielen Fällen von den Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit den Werkskundendiensten/Außendiensten ab.

Ihre Vertriebsmitarbeiter sind der entscheidende Schlüssel zum Markterfolg. Handwerker schätzen deren Knowhow, deren Geschicklichkeit im Umgang mit Kunden und Monteuren, die Schnelligkeit im Service. Dabei muss aber auch die „Chemie“ stimmen und der Vertrieb darf gegenüber dem Handwerker nicht zu verkäuferisch auftreten. Dies stößt eher auf Ablehnung.

Mit unserem **VertriebChecker®** befragen wir 200-300 Handwerker und messen in Ihrem Vertriebsgebiet (auch bundesweit) die unverfälschte Bindung der Handwerker an Ihren Kundendienst und an jenen Ihrer wichtigsten Wettbewerber.

Wir wissen, dass Handwerker sehr sensibel auf Mitarbeiterwechsel im Vertrieb reagieren können. Handwerker-Zitat: *„Wenn sich der Neue nicht zeitnah vorstellt oder nur verkaufen will, dann mögen wir das gar nicht. Da arbeiten wir dann halt mal mehr mit den anderen zusammen.“*

Auf diese Weise gehen Projekte verloren. Passiert das mehrfach oder bundesweit, dann wirkt sich das schnell auf Ihren Marktanteil aus. Kunden-Rückgewinnung durch Marketingmaßnahmen ist i.d.R. teurer als intensive Schulung einzelner Vertriebsmitarbeiter. Marktanteile müssten also gar nicht verloren gehen.

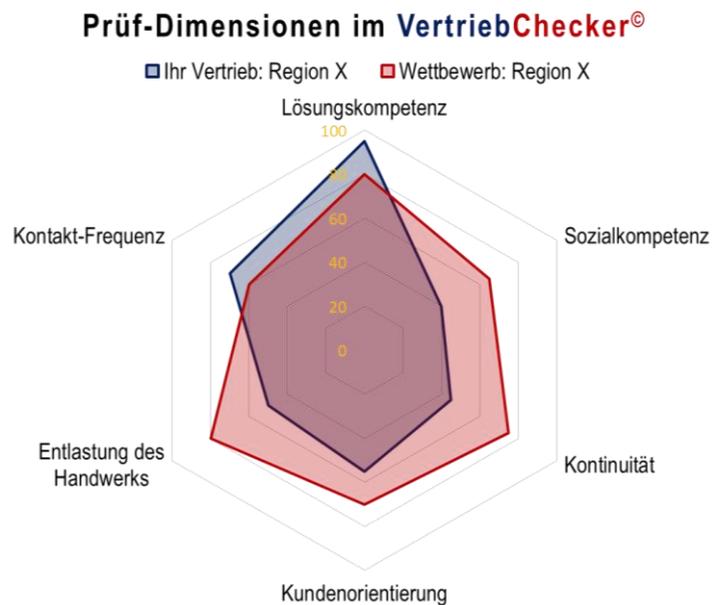


- Ihre Marke wird bevorzugt
- Der Wettbewerb wird bevorzugt
- Handwerker ist unentschieden

Wir erstellen für Sie eine Landkarte, die Ihnen aufzeigt, in welchen Regionen Sie gut oder weniger gut aufgestellt sind. **Und wir analysieren für Sie, was Sie tun können, um überall auf ein gleichmäßig hohes Vertriebsniveau zu kommen. Das ist der einfachste Weg, um Marktanteile zu sichern und auszubauen.**

Als Marktforscher liefern wir Ihnen einen repräsentativen Markt-Überblick, empirisch-wissenschaftlich erhobene Daten und fundierte statistische Analysen.

Als Ihr Forschungspartner bringen wir viel Erfahrung in der Bau-Zulieferbranche ein. In der Vergangenheit haben wir schon an Projekten für Roto und Grünbeck. Weiterhin haben wir in der Vergangenheit für Caparol, Isover, HeidelbergCement, Heidelberger Kalksandstein, Otis, Schöck, Gentner-Verlag, uvm. geforscht.



Dank unserer langjährigen Erfahrung – ganz speziell auch mit der Befragung von Handwerkern – konnten wir die im VertriebChecker angewandten Prüf-Dimensionen herausarbeiten. Unser wissenschaftlich konzipiertes Forschungs-Design untersucht die Dimensionen **„Sozialkompetenz, Kontinuität, Kundenorientierung, Entlastung des Handwerks und Kontakt-Frequenz“**. Erkenntnisse dieser Art bringen den Vertrieb auf Erfolgskurs und sorgen für eine kostensparende Rückgewinnung von Marktanteilen.