

Entscheidend für Verkaufsergebnisse

Verweildauer im Baumarkt

Es wird zu Recht viel darüber diskutiert, ob der angestellte Außendienstmitarbeiter den Bedürfnissen des Baumarkthandels und den Erwartungen der Lieferanten besser gerecht wird, als der selbstständige Handelsvertreter das kann. Die Argumentation PRO und CONTRA sind oft sehr emotional.

Aus Sicht des Autors kann nur festgestellt werden, dass derzeit bis auf wenige Ausnahmen alles gegen den Handelsvertreter spricht. Die Argumente sind nicht neu: »Wie soll ein Handelsvertreter mit einem Bauchladen voller Sortimente unser aktuelles Sortiment denn noch beherrschen?«, »Die wollen doch nur Provision kassieren, und kümmern sich nicht um die wichtige Retourenabwicklung«, »Wenn wir den loswerden wollen, kostet uns das ein Vermögen«, sind nur einige Beispiele der vielen Argumente.

Persönliche Kontakte zu den Marktleitern

Erinnern wir uns, wie alles angefangen hat: Zu Beginn der Expansion der deutschen Baumärkte konnten sich viele kleine Lieferanten keine eigenen Außendienstmitarbeiter leisten - damals war der Handelsvertreter auch deshalb

sinnvoller, weil seine Verweildauer im Baumarkt, bedingt durch die Vertretung von bis zu fünf Lieferanten, viel länger war und er dadurch viel effektiver arbeiten konnte und natürlich auch eine Menge persönlicher Kontakte aufbauen konnte. Damals hatten die Marktleiter vor Ort ja auch noch eine größere Entscheidungsfreiheit.

Seither hat sich viel verändert. Die Märkte und auch die Lieferanten haben mittlerweile ganz andere und neue Herausforderungen an die Industrierepräsentanten. Bei den angestellten Außendienstmitarbeitern gelang der Anpassungsprozess meist recht gut, bei den selbstständigen Handelsvertretern leider nur in wenigen Fällen. Wenn der Autor heute mit Handelsvertretern redet, hat er oft den Eindruck, dass bei denen die Entwicklung irgendwann ins Stocken geraten ist. Am besten läuft solch ein Gespräch, wenn man ihn über die Vergangenheit befragt – da kommen die meisten geradezu ins Schwärmen. Mit ihnen das Tagesgeschäft, oder gar perspektivische Arbeitsweisen zu diskutieren, ist oft nicht ganz einfach. Diese »ewig gestrigen« wundern sich dann, wenn der Markt sich gegen sie wendet und die Industrie



Unser Autor
Ewald W. Schneider ist seit 1989 als Interimsmanager, Vertriebs- und Personalberater sowie Verkaufstrainer Baumarktspezialist.
www.ewald-w-schneider.de

solche »Repräsentanten« gnadenlos aussortiert. Leider ist das nicht immer ganz preiswert.

Zu wenig Zeit

Aber auch der angestellte Außendienst hat oft seine Tücken. Dass er heute oft schon für viele Lieferanten zu teuer geworden ist, stellt nur einen Aspekt dar. Oft ist der größte Nachteil ein Tourenplan, der kaum noch Zeit für eine sinnvolle Verweildauer im Markt lässt. Und eben diese Verweildauer entscheidet oft über gute verkäuferische Ergebnisse. Wenn diese Herren »Kaiser's im Nadelstreifen«

sich wandeln könnten zu »Kaiser's im Blaumann«, das heißt wenn sie neben Verkauf und Beratung auch noch die zugegebenermaßen manchmal etwas schmutzige Arbeit einer Servicekraft übernehmen würden? Sicher gibt es solche Fälle, aber sie sind noch nicht der Regelfall.

Fazit

Die Antwort kann eine »externe Außendienstorganisation« sein, die alle Vorteile von Handelsvertretern und angestellten Außendienstmitarbeitern vereint, bzw. alle Nachteile dieser Gruppen vermeidet. Als positives Beispiel sei hier die Organisation von Edgar Sonnleitner und Partner www.ipm-passau.com aufgeführt. ■

MARTOR
Solingen
Sicherheitsmesser zur Unfallverhütung
Kostenloser Katalog + CD unter:
Tel. (02 12) 2 58 05-0 · Fax 2 58 05-55
info@martor.de · <http://www.martor.de>

bau markt online
<http://www.rohn.de>
Täglich frisch
www.rohn.de