



easy to market

Ein Anruf, der bei Hach den Unterschied macht

Offerten, die im Sand verlaufen: das kennt auch die Hach AG aus Biberist. Mit einem Kommunikationstraining von easy to market haben die Mitarbeitenden gelernt, gezielt nachzufassen und den Kontakt zu ihren Kundinnen und Kunden zu pflegen. Heute wird bei Hach wieder häufiger telefoniert – mit spürbarem Erfolg für das Team.

Bei der Hach AG in Biberist flattern täglich Anfragen ins Postfach und Offerten raus. Doch bleibt das Feedback aus, erfolgt auch kein Auftrag. «Wir hatten viele Offerten, die versandeten», erinnert sich Geschäftsführer Ralf von Lewinski. Dabei stimmt bei Hach vieles: Qualität, Sortiment, Service. Nur eines fehlte – das Nachfassen.

Hach vertreibt Werbeartikel in der ganzen Schweiz. Ein Teil der Bestellungen läuft online, ein grosser Teil über den Katalog, den das Unternehmen monatlich an zehntausende Kundinnen und Kunden verschickt. Doch der Markt wird härter. Durch vereinfachte Zollformalitäten ist es einfacher geworden, direkt in Deutschland zu bestellen. Plattformen wie Temu, Shein oder Alibaba mischen mit Billigprodukten mit. «Beim Preis können wir oft nicht mithalten. Also müssen wir mit der Beratung punkten», sagt Ralf von Lewinski. Darum holte er easy to market ins Boot.

Das Ziel: aktiv das Gespräch suchen

Pascal Groux, Geschäftsführer und Trainer bei easy to market, kennt solche Situationen gut. «Viele Unternehmen haben gute Produkte und motivierte Teams, aber zu wenig telefonische Gesprächskultur», sagt er. Bei Hach drückte der Schuh beim Nachfassen von Angeboten. Statt Offerten nur zu verschicken und zuzuwarten, sollten die Mitarbeitenden lernen, aktiv das Gespräch zu suchen, nachzufragen und Bedürfnisse abzuholen. «Jeder Mensch ist anders, auch am Telefon. Entscheidend ist, dass man seinen eigenen Stil findet, der authentisch wirkt», so Pascal Groux. Zudem lassen sich durch Telefongespräche Missverständnisse vermeiden, die bei schriftlicher Kommunikation entstehen können. Gerade bei einem grösseren Auftragsvolumen ist Klarheit enorm wichtig.

Bevor das Training startete und um die Bedürfnisse abzuklären, holte Pascal Groux die Führungskräfte von Hach ins Boot. Nach dem Erstellen des Trainingskonzepts folgten mit den Mitarbeitenden ein halber Tag Theorie und ein Praxisteil direkt am Arbeitsplatz. Bei Letzterem standen Telefongespräche und Feedback im Zentrum. Dabei sassen die Trainerinnen und Trainer neben den Mitarbeitenden und gaben Tipps, nachdem diese mit Kundinnen und Kunden telefoniert hatten. Schon nach wenigen Wochen zeigten sich erste Erfolge. Die Mitarbeitenden griffen häufiger zum Hörer und innerhalb eines Monats lagen deutlich mehr verbindliche Rückmeldungen vor. «Wir können jetzt besser einschätzen, ob der Preis, die Lieferzeit oder das Produkt der Grund für ein Zögern ist», so Ralf von Lewinski. Das hat Hach geholfen, gezielt zu reagieren und Massnahmen zu ergreifen.

Vom Training in die Dynamik

Mit den Kundengesprächen kam Bewegung ins Team. «Ich sehe, wie plötzlich Dynamik entstanden ist. Fängt jemand an zu telefonieren, machen die anderen mit», freut sich der Geschäftsführer. Und die Kundinnen und Kunden spüren, dass sie bei Hach nicht einfach eine Nummer sind. Für



easy to market

Pascal Groux ist genau das der Kern erfolgreicher Kommunikation. Wenn man das Nachfassen trainiert, trainiert man Verkauf und Haltung. An Folgetrainings feilt das Team weiter an den Gesprächstechniken.

Heute gehört das Nachfassen bei Hach zum Alltag. Die Führung achtet darauf, dass das Gelernte weiterlebt. Für Ralf von Lewinski hat sich das Training rundum gelohnt: «Für uns hat sich das sehr positiv ausgewirkt, und wir merken, dass das erste Gespräch ein echter Eisbrecher bei den Kundinnen und Kunden ist.» Am Ende zeigt sich: Wer zuhört, verkauft besser und versteht seine Kundinnen und Kunden wirklich.

Kontakt:

easy to market Salestraining GmbH
Friedeggstrasse 5
3400 Burgdorf
Schweiz

+41 (0)34 530 14 84

beratung@easytomarket.ch

www.easytomarket.ch

Text: etextera