

Innovationstour 2002

# Kunden begeistern mit Technik und Design

Das wohl dankbarste Beratungsthema für einen Elektromeister sind **Schalter und Steckdosen**. Hier kann er das sinnhafte Erleben seiner Kunden für seinen Verkaufserfolg nutzen. Im Folgenden wird gezeigt, welche Chancen sich für die Kundenberatung bieten und wie ein führender Hersteller seine Kunden im Handwerk bei der Umsetzung unterstützt.

## 1 Bedarf beim Kunden wecken

In der Regel muss man heute leider noch davon ausgehen, dass viele Kunden zu wenig über moderne Elektroinstallation wissen. Von Handys, Computern und High-Tech-Autos umgeben, leben die Menschen, was die Elektroinstallation angeht, heute oft noch auf dem Stand von 1920. Es gibt in den Räumen Lichtschalter und Steckdosen, um die Grundfunktionen Licht und Stromversorgung zu gewährleisten. Designorientierte Elektroinstallation findet man in diesen „Basislösungen“ natürlich auch nicht. Ursachen für diesen unbefriedigenden Zustand gibt es viele. Die wohl gravierendste ist jedoch die oft fehlende Beratungsleistung im Elektrohandwerk. Wer seine Kunden nicht informiert und sensibilisiert, kann auch keinen Mehrwert verkaufen.

Bevor man sich jedoch auf die aktive Kundenberatung „stürzt“, sollte man sich die Individualität seiner Kunden bewusst machen. Gerade was das Thema Design angeht, variieren die Vorstellungen der Kunden sehr stark. Sicherlich gibt es immer einen „Main-Stream“, der eine Mode und damit einen vorherrschenden Geschmack vorgibt. Dennoch ist nicht jeder Kunde bereit, jeden Trend mitzugehen. Eine Einteilung hinsichtlich der möglichen Kundengruppen wurde bereits im ep 12-2000 vorgenommen:

### • der Preisbewusste

Bei diesen Kunden schlägt die „Aldisierung“ unserer Gesellschaft voll durch. Einziges Auswahlkriterium ist für ihn der Preis. Hier ist natürlich jegliche Bemühung umsonst und man kann froh sein, wenn ein solcher Kunde zumindest ein Standardprodukt beim Elektrohandwerker kauft.

### • der Modebewusste

Diese Kundengruppe weiß, dass Life-Style seinen Preis hat. Der Kunde ist offen für jede Information, die ihm seine eigenen vier Wände verschönern hilft.

### • der Prestigebewusste

Ihm ist alles wichtig, was ihm bei der Profilierung gegenüber seiner Umwelt hilft. Er muss das haben, was sein Nachbar nicht hat. Diesen Kunden gilt es an der „Ehre zu kratzen“.

### • der Designbewusste

Hier ist ein Anspruch an Design vorhanden. Dieser Designbewusste ist aber nicht automatisch der einfachste Kunde. Denn er will eine Auswahl und eine fundierte Beratung geboten bekommen.

## 2 Vom Schalterprogramm zur individuellen Wunsch-Box

Bis vor kurzem bestand das Angebot für die „Elektroinstallation auf der Wand“ im wesentlichen aus Licht-Schaltern und -Tastern und Steckdosen. Diese wurden in unterschiedlich designten Schalterprogrammen angeboten. Vor allem der Fa. Gira gelang jedoch ein Systemwechsel. Man hat hier überlegt, welche sinnvollen Funktionen in die Schalterprogramme integriert werden können, um so die Endverbraucher begeistern zu können. Diese Begeisterung schlägt sich dann natürlich auch im Umsatz für Handwerk, Großhandel und Industrie nieder. Einige Innovationen, die zu diesem Systemwechsel geführt haben, werden im Folgenden kurz dargestellt.

### 2.1 Design im Außenbereich

Mit dem Schalterprogramm TX\_44 (Bild 1) bietet Gira nicht nur ein weiteres UP-Programm, sondern eine multi-funktionale Serie, die durch ihre optische Gestaltung fasziniert und durch ihre Unempfindlichkeit ein großes Spektrum neuer Einsatzbereiche erschließt. Das Schalterprogramm TX\_44, mit dem auch die Gira Panels und die Gira Energiesäulen bestückt sind, überwindet die bisher sehr starre Trennung von Elektroinstallation im Innenraum und im Außenbereich. Denn es ist nicht nur diebstahl-, wasser- und UV-geschützt, sondern setzt auch Maßstäbe in Gestaltung und Design.

### 2.2 Radio in der Wand

Das Gira Unterputz-Radio (Bild 2) ist nicht nur ein Trend-Produkt, es ist zugleich die komfortable und sichere Alternative zu den zwar hinlänglich bekannten, aber doch nur handgestrickten Problemlösungen. Denn die sind nicht nur provisorisch, son-



1 Anspruchsvolles Design im Außenbereich – das Schalterprogramm TX\_44



2 Das Radio in der Wand: ein Trendprodukt für werthaltige Installation



3 Gebäudekommunikation neu definiert: die Gira Türstation verbindet die Ästhetik von Schalterprogrammen mit der Audio- und Videotechnik im Eingangsbereich



dern zudem meist schmucklos und oft sogar lebensgefährlich. Doch Lautsprecher mit langen Leitungen, Radios zum Aufhängen oder das batteriebetriebene Kofferradio gehören nun endgültig in die Rumpelkammer verbannt. Mit der Festinstallation des Unterputz-Radios ist immer ein ausreichender Abstand zum Badewasser oder zur Spüle gewahrt. Im Prinzip jedoch passt das Gira Unterputz-Radio natürlich in jeden Wohnraum. Ob Küche, Kinderzimmer, Werkraum oder WC: für gute Unterhaltung ist jetzt überall gesorgt.

Die Voraussetzungen sind einfach. Der Elektroinstallateur benötigt lediglich zwei Unterputzdosen, die das Empfangsteil und den Lautsprecher aufnehmen. Das Bedienfeld und der Lautsprecher-Einsatz stammen aus dem Gira System 55 und lassen sich mit allen Rahmen der gängigen Gira Schalterprogramme frei kombinieren. Das können die Rahmen der opaken Lifestyle-Serie „Event“ oder des edlen Programms „Esprit“ sein, aber auch jene aus der puristischen Formensprache „E2“ oder der klassischen Serie „Standard 55“. Insgesamt ist das Gira Unterputz-Radio in mehr als 30 Design-Varianten erhältlich. Die Einsätze dazu gibt es in den Farben Reinweiß, Alu und Anthrazit.

## GIRA

Das Thema „Technik und Design“ auf der ep Innovations-Tour 2002 wird von GIRA, Radevormwald, unterstützt.

Sollten Sie weitere Fragen zur Kundenberatung beim Thema „Technik und Design“ haben, stehen Ihnen die Fachleute von GIRA gerne zur Verfügung: ☎ (0 21 95) 602-194.

Im Internet finden Sie ebenfalls viele wertvolle Informationen: [www.gira.de](http://www.gira.de).

### 2.3 Sprechanlage in das Schalterprogramm integriert

Mit dem Türkommunikations-System hat Gira die Türkommunikation in die Schalterwelt geholt: Alle Einsätze zu den Funktionen Hören, Sprechen und Sehen lassen sich in normalen 58er Unterputz-Dosen installieren.

Mit den Rahmen aus dem wasser- und diebstahlgeschützten Schalterprogramm Gira TX\_44 und neuen TX\_44 Funktionen speziell zur Türkommunikation lassen sich die Türstationen (Bild 5) für die Außeninstallation individuell zusammenstellen. Die Basis-Komponenten der Gira Türstation sind ein Tür Lautsprecher sowie beschriftbare 1fach- und 3fach-Ruftaster, die spritzwasserdicht sind. Die Ruftaster werden über langlebige LEDs gleichmäßig weiß oder blau hinterleuchtet, damit ihre Beschriftung auch nachts gut lesbar ist. Der modulare Aufbau der Gira Türstation erlaubt aber auch die Einbindung anderer Elemente, beispielsweise einer beleuchteten Hausnummer oder eines Automatschalters.

Die Audio-Ausführung der Gira Türstation Unterputz lässt sich um eine Video-Funktion erweitern, die ebenfalls ins Gira Türkommunikations-System eingebunden ist. Dazu wird eine Türstation 3fach mit einem CCD Farb-Kameramodul ausgestattet.

Das Pendant zur Türstation im Außenbereich bildet die Gira Wohnungsstation im Gebäudeinneren, die eine Kommunikation mit Besuchern vor der Haustür und das Öffnen der Tür erlaubt. Auch die Gira Wohnungsstation ist in eine Designlinie eingebunden, und zwar ins Gira System 55 für den Innenbereich, und sorgt dort für ein einheitliches Erscheinungsbild von Türkommunikation und Elektroinstallation. Auch sie zeichnet sich durch einen modularen Aufbau der Ein- und Aufsätze aus.

Die Gira Wohnungsstation (Bild 4) steht

in drei Varianten zur Verfügung: In der Standard-Version in einem 2fach-Rahmen wird der Hörer direkt auf einem einfachen Bedientaster platziert. Bei der Komfort-Version in einem 3fach-Rahmen wird der Hörer dagegen unterhalb eines dreifachen Bedientasters eingehängt, mit dem sich unter anderem auch das Treppenhauslicht schalten, der Rufton auswählen und die Lautstärke für die Sprachübertragung regeln lassen. Anstelle des Hörers kann aber auch eine Freisprechfunktion mit einem Lautsprecher-Einsatz und einem dreifachen Bedientaster gewählt werden. Alle drei Varianten lassen sich um ein TFT-Farbdisplay erweitern. Es ist so kompakt gestaltet, dass es ebenfalls in eine Standard-Unterputzdose und damit in alle Rahmen der Designlinie Gira System 55 passt. Mit Einstellpotentiometern lassen sich Helligkeit und Kontrast regeln, das Display ein- und ausschalten und – wenn vorhanden – verschiedene Kameras anwählen.

### 2.4 Energie und Licht im Garten

Für die kompakte Versorgung mit Licht und Strom im Außenbereich stellt Gira zwei weitere Innovationen zur Verfügung. Die Gira Energiesäulen (Bild 5) sorgen für die richtige Beleuchtung und den nötigen Anschluss elektrischer Geräte. Die Energiesäulen sind in verschiedenen Ausführungen lieferbar. Den Sortimentskern bildet die Energiesäule mit einer Geräte-Einheit und einer Leuchte mit Streuscheibe. Alternativ kann eine Rasterscheibe eingesetzt werden, die das Licht – je nach Wunsch – entweder nach unten fallen lässt oder nach oben lenkt. Die Geräte-Einheit besteht aus einer Steckdose 30°, einer weiteren Steckdose und einer zusätzlichen

Leereinheit, die auf Wunsch des Kunden individuell aus dem neuen Gira Schalterprogramm TX\_44 bestückt werden kann – zum Beispiel mit einem Automatikschalter oder einer Zeitschaltuhr. Lieferbar sind aber auch Energiesäulen nur mit einer Geräte-Einheit oder Säulen als reine Leuchten.

## 3 Hersteller hilft bei Beratung und Verkauf

Mehr denn je braucht das Elektrohandwerk heute auch auf Herstellerseite starke Partner. Kriterien dafür sind Produktqualität und Produktinnovationen, ein ansprechendes Design und natürlich ein anspruchsvolles Marketing, das den Elektromeister dabei unterstützt, auch in einem schwierigen Markt zufriedenstellende Umsätze zu erzielen. Für Gira ist neben hochwertigen und designorientierten Produkten auch ein ideenreiches Marketing inzwischen zum Markenzeichen geworden. Jetzt wurden in Radevormwald die Marketing-Service Leistungen neu geordnet. Das Ergebnis liegt in Form der neuen Broschüre Marketing-Service 2002 vor (Bild 6).

Ziel des Gira Marketing-Services ist es, dem Elektrofachhandwerk in Fragen des Verkaufs und der Werbung konkrete Hilfestellung zu geben. Die angebotenen Maßnahmen wurden deshalb konsequent auf jene Prozesse und Faktoren ausgerichtet, die den Verkaufserfolg in der täglichen Praxis ausmachen. Die Basis guter Kundenbeziehungen ist natürlich das Fachwissen des Elektromeisters, denn es bildet die Grundlage seiner Beratungskompetenz. Um wirklich zu verkaufen, muss er aber auch beim

Kunden Interesse durch den Nutzen wecken, ihn dann über die Bandbreite der Möglichkeiten informieren und in einem letzten Schritt von einem Produkt oder einer Leistung überzeugen. Fachkompetenz erwerben, Interesse wecken, anschaulich informieren und überzeugen können – für jede Etappe auf dem Weg zu einem erfolgreichen Geschäftsabschluss hat Gira ein breites Angebot im Service-Programm.

### 3.1 Qualifikation und Fortbildung

Grundlage eines jeden Verkaufserfolgs ist das aktuelle Know-how. Die Maßnahmen zur Weiterqualifizierung des Elektromeisters stehen deshalb folgerichtig an erster Stelle beim Gira Marketing-Service. Dazu gehören gezielte Programme zum Instabus EIB, zum Thema Einbruchmeldetechnik und – übers Internet – zum Gira Netzwerk-System, um dem Elektromeister den Start auch in diesen neuen Markt zu erleichtern. Weitere Informationen zur Online-Schulung finden sich unter [www.gira-akademie.de](http://www.gira-akademie.de).

### 3.2 Interesse wecken an Leistungen und Produkten

Der Verkaufserfolg hängt dann ganz wesentlich davon ab, dass es dem Elektromeister gelingt, das Interesse des Kunden an den Leistungen des eigenen Fachbetriebs und den dort angebotenen Produkten zu wecken. Werbung trägt entscheidend dazu bei, den Bekanntheitsgrad am Ort und in der Region zu erhöhen. Deshalb hat Gira dem Elektromeister ein ganzes Bündel unterschiedlicher Werbemaßnahmen geschnürt, die seinen Auftritt vor Ort begleiten – von Anzeigenvorlagen und PR-Texten über Postkartenaktionen und Streu-



prospekte bis hin zu Leuchtkästen und Plakat-Aufstellern. Fahnen, Werbepräsenpakete, Baustellen-Planen und Fahrzeugwerbung sind neu im Angebot.

### 3.3 Informieren und Wünsche berücksichtigen

Weiß der Elektromeister um Kundenwünsche, kann er konkrete Angebote unterbreiten. Gira unterstützt ihn dabei mit reichhaltigem Informationsmaterial, anhand dessen Produkte und Leistungen anschaulich dargelegt werden können. Beispielsweise mit einem zweimal jährlich erscheinenden Kunden-Journal, das den eigenen Betrieb als kompetenten Partner rund um das Elektrohandwerk ausweist und dem Kunden zugleich eine bunte Mischung aus Informationen und Unterhaltung bietet. Fachmännischen Service für den Bauherren dagegen offeriert die Elektromeister-Broschüre inklusive Planungshilfe. Hier sind alle wichtigen Informationen für Bauwillige und Renovierer aufgeführt, mit ausführlichen Produktdetails und Gestaltungsvarianten aus dem Gira Sortiment.

Professionelle Präsenz im Netz ist ein Werbemittel und zugleich Kundendienst rund um die Uhr. Nach den Wünschen des Elektromeisters erstellen erfahrene Spezialisten für ihn den gesamten Internetauftritt, von der Startseite über die Präsentation der Leistungsbereiche bis hin zu den Referenzen. Wer Lust und Zeit hat, den eigenen Webauftritt selbst in die Hand zu nehmen, greift zum Gira Homepage-Generator, mit dem sich Internetseiten selbst für Compu-

ter-Laien leicht und trotzdem routiniert gestalten lassen. Und wer regionale Messen als Plattform nutzen möchte, dem bietet Gira im Verbund mit der „Initiative moderne Elektrotechnik fürs Haus“ (IME) die Gelegenheit, auf besucherstarken Verbraucherschauen in seiner Region die eigene Kompetenz in Sachen Elektrotechnik wirksam unter Beweis zu stellen. Organisation und Logistik werden dabei komplett von der IME übernommen.

### 3.4 Überzeugen durch Präsentation

Beim Verkaufsgespräch selbst zählt vor allem eine anschauliche und detaillierte Argumentation, die den Kunden nicht nur überredet, sondern wirklich überzeugt. Hilfreich sind hier die professionellen Präsentationsmittel von Gira. Anhand von Originalgeräten kann der Elektromeister im Ladengeschäft demonstrieren, welche Möglichkeiten und Vorteile moderne Elektro-Installationssysteme bieten. Hier wird Technik leicht verständlich gemacht, und damit wiederum lassen sich viele Kunden gewinnen. Neu hinzugekommen zu den Präsentationsmitteln sind das Gira Panel und die Gira Energiesäule sowie das Gira Unterputz-Radio, die fürs Beratungsgespräch steckerfertig angeboten werden. Für die Präsentation beim Kunden gibt es den bewährten Musterkoffer für die Gira Schalterprogramme.

Als weitere Marketing-Maßnahme empfiehlt Gira das vom Kunden-Beratungskonzept (KBK) neu entwickelte „Beratungssystem Elektrotechnik Wohnhaus“, das den Elektromeister speziell bei der Kundenberatung unterstützt. Mit Hilfe systematischer Strukturen kann er seine Kunden jetzt Schritt für Schritt durch Projekte führen und dabei gezielt beraten, ohne den Gesprächspartner mit Fachinformationen zu überfordern. Aufgrund des logischen, klaren Aufbaus können nun auch keine wichtigen Beratungsstufen mehr übersehen werden. Der größte Vorteil aber ist, dass der Elektromeister das Beratungssystem bei jedem Kundengespräch wieder neu einsetzen kann – im eigenen Ladengeschäft, auf der Baustelle oder beim Bauherren daheim. Das Ergebnis: zufriedene, weil optimal und umfassend beratene Kunden. Und das bedeutet Mehrwert-Installationen ohne Stress und ohne Ärger. ■



<http://www.elektropraktiker.de>

Weitere Informationen zur Innovationstour 2002 sowie interessante Links zu den einzelnen Beratungsthemen finden Sie auf unserer Homepage in der Rubrik „Chefsache“.