

1. Kontaktphase
2. Beratungsphase
3. Planungsphase
- ▶ 4. Ausführungsphase

Das Bad aus einer Hand
erfolgreich verkaufen

Die Ausführung als Bewährungsprobe



Der theoretische Akt ist vollbracht. Mit seiner Unterschrift wurde der Bad-Interessent zum Kunden des Bäderbauers. Während der Kunde aufatmet und sich über seine Entscheidung freut, sich ein neues Bad zu gönnen, geht es für den Bäderprofi jetzt erst richtig los. Denn erst die Zufriedenheit des Kunden nach der Abwicklung entscheidet über Erfolg oder Mißerfolg der Kundengewinnung.

*Nachdruck aus bav 4/1998
aufgrund großer Lesernachfrage*

Unmittelbar nach Auftragserteilung sollte die interne Organisation für den neuen Auftrag anlaufen. Hierbei steht an erster Stelle eine Überprüfung der gesamten Produkte, um eventuelle Fehler oder Mißverständnisse im Auftrag zu erkennen, bevor eine weitere Bearbeitung erfolgt. Zu diesem Zeitpunkt, ein bis zwei Tage nach Auftragserteilung, würde auch der Kunde eine eventuelle Nachbesserung oder Korrektur noch verstehen bzw. akzeptieren. Anschließend geht es darum, die Einkaufspreise zu optimieren und die Lieferzeiten verbindlich zu klären. Innerhalb von ca. einer Woche sollten die Auftragsbestätigungen der Lieferanten im Hause sein. Die sachliche und rechnerische Prüfung dieser Bestätigungen erfolgt zügig innerhalb von 48 Stunden, um eventuelle Unklarheiten zu korrigieren.

Terminplanung

Auf der Basis dieser konkreten Lieferzusagen kann jetzt eine erste Terminvorplanung für das gesamte Bäderteam erfolgen. Der kluge Bäderprofi hat mit seinem Kunden keinen Fixtermin zur Ausführung vereinbart, sondern lediglich einen Zeitraum (Beispiel: „im Laufe des Oktobers“). Das schafft die heute notwendige Flexibilität für das Unternehmen, situativ zu reagieren und erfolgreich zu planen. So positioniert gibt es genügend Spielraum für den Bäderprofi das gesamte Team auf einen optimalen Termin einzustellen und im Gegenzug eine optimale Abwicklung für den Kunden zu gewährleisten. Der alte Spruch des Verkäufers, nur bei Angabe eines festen Termins habe der Kunde das nötige Vertrauen, wird inzwischen von erfahrenen Kollegen mit guter Argumentation täglich in der Praxis widerlegt.

Eine Wartezeit von 5–8 Wochen nach Auftragserteilung reicht für ca. 80 % der Kunden aus, um Zufriedenheit herzustellen. Zeit genug für den Bäderbauer, alle Materialien und Einrichtungsgegenstände zu beschaffen, vorzuhalten und eine interne Qualitätsprüfung durchzuführen. Der Kunde wartet gerne auf den etwas späteren Beginn und erhält dafür z. B. eine Termingarantie über 10 bis 15 Arbeitstage mit verbindlichem Endtermin. Ein zusätzliches Leistungsversprechen für den Fall der Terminüberschreitung (Preisnachlaß oder z. B. eine „Flugreise in die Karibik“) kann hieran gekoppelt sein. Das zeigt die Ernsthaftigkeit und schafft Vertrauen und Kompetenz.

Projektsteuerung

Wie funktioniert nun die perfekte Steuerung des gesamten Bäderteams in der Praxis? Immerhin sind Bäderprofi, Fliesenleger, Elektriker, Maler, Putzer und häufig noch der Trockenbauer und/oder Tischler notwendig. Bewährt haben sich u. a. vor allem zwei Modelle.

Modell 1

In Woche zwei bis drei nach Auftragserteilung erhalten alle an der Ausführung beteiligten Firmen einen Terminplan per Fax aus dem die Abläufe für die einzelnen Gewerke hervorgehen. Innerhalb von 48–72 Stunden erfolgt die geprüfte und gegengezeichnete Rücksendung an den Bäderbauer. Eventuelle Unklarheiten werden telefonisch geklärt und vom einzelnen Teamgewerk bereits korrigiert. Ergänzend ist jedes Gewerk verpflichtet eine schriftliche Arbeitsbeschreibung für seinen Monteur beizufügen. Nur so kann der Bäderbauer in seiner Funktion als Projektleiter eventuelle Fehler oder Mißverständnisse im Vorfeld erkennen und unliebsame Folgen während der Ausführung vermeiden. Diese Vorgehensweise erfordert allerdings ein bereits eingespieltes Team, da zu viele Korrekturen der einzelnen Gewerke Einfluß auf das ganze Netzwerk nehmen (Dominoeffekt). Endloses Telefonieren mit schlechter Effizienz wäre die Folge.

Modell 2

Kernpunkt dieses Modells ist ein Ortstermin beim Bäderbauer (alle an einem Tisch). Hier werden je nach Auftragsingang mehrere Projekte gesammelt und in einem Zuge geklärt und abgesegnet. Dieser Termin ist häufig ökonomischer und stärkt die Beziehungsebene sowie die Identifikation des gesamten Teams wieder neu. Ein Rückblick auf vergangene gemeinsame Projekte mit konstruktiver Schwachstellenanalyse ist ein weiterer positiver Nebeneffekt den man nicht unterschätzen sollte. Je nach Schwierigkeitsgrad des Bades und Kundentyp ist diese Vorgehensweise unerlässlich, auch wenn es einmal nur um ein Bad gehen sollte.

Ausführung

Bei der oben beschriebenen Vorgehensweise besteht ca. 3–4 Wochen nach Auftragsingang interne Klarheit über den Ablauf für das gesamte Team. Somit verbleibt eine Reaktionszeit von 1–3 Wochen, um den zugesagten Start bei Kunden (5–8 Wochen nach Auftragserteilung) einzuhalten. In diesem Zeitpuffer liegen die wahren Chancen für den Profi, eine optimale Gestaltung ohne internen Streß und Hektik zu erschaffen, was unterm Strich dann bessere Tages- und Lebensqualität bedeutet.

In Zukunft werden diese Zeiträume immer wichtiger werden, um ungeduldige oder schnell entschlossene Kunden mit Termin- oder Umzugsproblemen ebenfalls kurzfristig einplanen und abwickeln zu können (Stichwort „just in time“). Dem Kunden reichen in der Regel 1–1,5 Wochen Vorlauf vor Bekanntgabe des verbindlichen Starttermins.

- ◆ **Tip:** Es empfiehlt sich innerhalb des gesamten Zeitraums ein ein- bis dreimaliger Telefonkontakt, um die Beziehungsebene mit dem Kunden zu pflegen. Hier genügen kurze positive Zwischeninformationen über den Stand der Dinge, um die Vorfreude des Kunden lebendig zu halten und um die eigene Kompetenz zu fördern.

Ablauf im Bad

Der Starttermin sollte bevorzugt ein Montag sein, um eine optimale Ausnutzung der Arbeitstage zu gewährleisten. Denn ein Kunde merkt sich, ob er ein oder zwei Wochenenden „im Dreck“ gegessen hat.

Als erste Tat hat sich ein professionelles Abkleben der Laufwege, Treppenhäuser, Türen und/oder Fenster durch den Maler bestens bewährt. Dies wirkt auf den Kunden enorm beruhigend, denn jeder hat mehr oder weniger stark Angst vor Schmutz oder vor Beschädigungen. Schon zu diesem frühen Zeitpunkt legt das gesamte Team-Gewerk den Grundstein, sich für diverse Folgearbeiten im ganzen Haus zu profilieren. Dieser Aspekt motiviert auch solche Gewerke im Team, die geforderte hohe Leistungsqualität zu bringen obwohl sie nur einen Part mit kleiner Auftragssumme im Bad spielen

Tips für Auswahl und Motivation Fremdgewerke im Bäderteam

Fliesenleger, Elektriker, Maler und andere Handwerksmeister sehen vorrangig ihre eigenen Ziele und erkennen die zukünftigen Chancen als Team im Bädermarkt nicht. Deshalb nachfolgend einige Tips für die Auswahl und Motivation der Fremdgewerke im Bäderteam:

- Auswahl in der Region durch persönliche Empfehlungen
- Auswahl durch auffallenden Referenzobjekte
- Auswahl durch Kennenlernen an gemeinsamen Objekten
- Auswahl durch auffallende Werbung oder Ausstellung
- Persönlichen Termin im „eigenen Bäderstudio“ vereinbaren
- Vorstellen der eigenen Vision zum Thema „Bad aus einer Hand“
- Besprechung des Stellenwertes der Zielgruppe Endverbraucher/Privatkunde
- Darstellung einer möglichen Zusammenarbeit
- Aufzeigen der Umsatz- und Gewinnchancen im Bädermarkt
- Gemeinsame Zielstrategie für die Zukunft gestalten
- Stellenwert des Bäderbauers für den Kollegen aus anderen Gewerken bei 50–100 Bädern pro Jahr ermitteln
- Achtung! Zu große Firmen sind häufig zu unflexibel im Umgang mit dem Privatkunden
- Folgetermin vereinbaren zwecks Abstimmung über die praktische Ablaufkoordination des Teams
- Sammeltermin aller Gewerke im „eigenen Bäderstudio“ zwecks Aufbau einer guten Beziehungsebene und Optimierung der Abläufe und Synergieeffekte

(z. B. kleine Decken- oder Wandfläche). Im Laufe dieses ersten Tages erfolgt sodann die Demontage und der Abtransport der alten Objekte und Fliesen durch Bäderbauer und/oder Fliesenleger. Am zweiten Tag erkennt der Kunde dann schon den Neubeginn in der Installation auf dem Weg zu seinem neuem Bad.

Controlling

In der Praxis bewährt hat sich ein „Check-up“-Termin am zweiten oder dritten Arbeitstag. Alle Teamleiter treffen sich im Bad vor Ort (Gesamtaufwand ca. 1 Stunde) und überprüfen die örtlichen Gegebenheiten in bezug auf Termine und technische Machbarkeit. Hier können und sollten unliebsame Überraschungen – bis zu diesem Zeitpunkt hat ja letztlich noch niemand das Bad im Rohzustand gesehen – sowie notwendige Erfordernisse und Korrekturen verbindlich vereinbart werden. Da alle Gewerke vertreten sind, können sehr ökonomisch neue Beschlüsse sofort verbindlich vereinbart und handschriftlich in den Ablaufplan eingetragen werden. Der Kunde ist meistens schwer beeindruckt über die Fachkompetenz des gesamten Teams, insbesondere wenn er 5–8 Leute diskutierend in seinem Bad erlebt. Das Ringen um die optimale Lösung in seinem Sinne schafft positive Verblüffung und hinterläßt einen bleibenden Eindruck. Aus interner Sicht ist es eine optimale Qualitätskontrolle zu einem Zeitpunkt an dem Korrekturen noch leicht möglich sind. Vor dem Auseinandergehen versichern sich alle gegenseitig die Verbindlichkeit der Absprachen und verlassen mit einem guten Gefühl den „Check-up“-Termin. Ein bis drei weitere Kontrolltermine reichen erfahrungsgemäß aus bis zur Fertigstellung des Bades. Bei einem geübten Team kann es nur noch um



Es ist vollbracht: Ein kleines Geschenk als Dankeschön ist selbstverständlich. Ob Blumen, Handtuch, Buch oder Champagner – der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt

Optimierungen von Details gehen, bzw. darum dem Kunden das Gefühl der Präsenz vor Ort life zu vermitteln.

Bad-Premiere

Kurz vor dem zweiten oder dritten Wochenende geht es in die Feinmontage bzw. Endmontage der Gewerke Sanitär – Heizung – Elektro. Nun sollte der Bäderprofi noch eine kleine Überraschung für seinen Kunden im Ärmel haben. Zum Beispiel die kostenlose Endreinigung im Bad als spezieller Kundenservice. Bei einem Besuchstermin oder am Telefon als Überraschung angekündigt wird es die Dame des Hauses erfreuen und positiv verblüffen. Meistens genau zu dem Zeitpunkt, an dem sich die Badkundin selbst gedanklich seufzend beim Reinemachen im neuen Bad sieht.

Am gleichen Tag, meistens freitags nach 16.00 Uhr, steht dann der Bäderprofi

persönlich im Bad, um gemeinsam mit den Kunden über das schöne Ergebnis zu staunen. Ein kleines Geschenk als Dankeschön für das entgegengebrachte Vertrauen ist selbstverständlich. Ob Blumen, Handtuch, Buch oder Champagner – der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Der erfahrene Bäderbauer jedoch hat zu diesem Zeitpunkt noch ein Ziel im Visier: die Empfehlungsadresse. Interessiert und rhetorisch geschickt erfragt er nochmals die Zufriedenheit des Kunden und sorgt für eine gute Stimmung. Im Nachsatz verkündet er seine ehrliche Bitte um Weiterempfehlung und zeigt offen seine Freude darüber. In vielen Fällen ist ein interessantes Empfehlungsgeschäft die angenehme Folgeerscheinung für den Bäderprofi.

Systematisch abgewickelt, vom Erstkontakt bis zur Weiterempfehlung, wie in den vier Folgen beschrieben, läßt sich der Erfolg mit dem „Bad aus einer Hand“ nicht mehr verhindern und der Bäderbauer kann getrost optimistisch in seine Zukunft blicken.



Richard Goßen, zweifacher SHK-Handwerksmeister, führt mit seiner Frau Carina ein Bäderstudio. Zusätzlich ist er freier Trainer im Bereich Verkaufs- und Persönlichkeitstraining, Telefon (0 24 05) 9 44 64, Fax (0 24 05) 9 44 28, eMail: gossen@home.ivm.de

Nr.	Vorgangsname	Dauer	17. KW						
			Mo	Die	Mi	Do	Fr	Sa	So
1	Abkleben Wand und Boden	0,33 t	Maler						
2	Staubwand zum Schlafzimmer	0,33 t	Trockenbauer						
3	Demontage Sanitär	2,5 h	Installateur						
4	Abstemmen der Fliesen	1 t	Fliesenleger						
5	Rohinstallation Sanitär	3 t	Installateur und Helfer						
6	Rohinstallation Elektro	0,33 t	Elektriker						
7	Putzer- und Trockenbauarbeiten	2 t							
8	Fliesenarbeiten, Verfugung etc.	5 t							
9	Malerarbeiten	2 t							
10	Feinmontage Sanitär	1,5 t							
11	Feinmontage Elektro	0,33 t							
12	Endreinigung	2 h							

Ausschnitt aus einem Terminplan einer Badmodernisierung (Beispiel)