

FÜR SHOWROOM ODER MESSEAUFTTRITT

Viabild liefert Leuchtkästen mit digital bedruckter Bespannung

Brillante und gestochen scharfe **GROSSFORMAT-DRUCKE** sind eine Kernkompetenz von Viabild Medienproduktion aus Köln. Zum Kundenkreis gehören weltweit tätige Messebauer und große Konzerne genauso wie kleine und mittelständische Unternehmen. So lieferte Viabild z. B. für den Sonnenschutzexperten Weinor großformatige Textil-Leuchtkästen mit hyperrealistischen Renderings. Sie bilden den Hintergrund von etwa zwei Dutzend begehbaren, möblierten Bühnen, auf denen Markisen, Sonnensegel etc.



Begehbare Diorama mit Leuchtkasten von Viabild

präsentiert werden. Neben Textilien bedruckt Viabild auch andere Materialien wie z. B. Papier und Folien.

Viabild GmbH

50829 Köln,

Tel.: (0221) 3100058

www.viabild.de

WAS DENKT WOHL DER KUNDE?

Wie Sie ertragreicher verkaufen. Die Kolumne von Roland Schraut

Immer wieder treffe ich in Gesprächen mit Tischlern auf gebetsmühlenartig wiederkehrende Aussagen. Zwei davon sind besonders schädlich für den Unternehmenserfolg.

Aussage 1: »Die Kunden denken, Tischler sind teuer.«

Sofern wir Endverbraucher noch nicht bei einem Tischler waren und keinen in der Familie haben, existiert bei uns keinerlei Vorstellung davon, was ein Tischler anbietet oder leistet. Sorry, ich würde Ihnen gerne etwas anderes

sagen, aber wenn 97 % der Endverbraucher Tischler hören, dann

ist da nichts außer Leere, keine Prägung und keine Vorstellung, schon gar nicht über den Preis! Würde ein Endverbraucher aber denken, *Sie sind teuer*, würde ich Ihnen zu diesem Ruf gratulieren! Denn mit dem Begriff »teuer« verbinden Kunden zunächst einmal nur eine gewisse Wertigkeit, ein hohes Niveau, einen Anspruch. Leider bewerten viele Tischler selbst den Begriff »teuer« nicht als hohen Anspruch, sondern als einen Zustand, für den man sich rechtfertigen muss. Deshalb gehen sie im Gespräch automatisch in den Verteidigungsmodus. Noch bevor sie nach einem Preis gefragt werden, beginnen sie bereits, sich dafür zu rechtferti-

gen. Aber: Wer sich im Verkauf rechtfertigt, hat verloren!

Aussage 2: »Kunden schätzen es, wenn ich in der Beratung Arbeitskleidung trage.«

Was für ein Trugschluss! Zunächst zeigen Sie nur, dass Sie mehr im Betrieb als am Betrieb arbeiten. Wer als Unternehmer selbst an der Maschine steht, vernachlässigt unternehmerische Aufgaben. Wenn Sie in Arbeitskleidung – möglicherweise noch mit Holzspänen bestückt – auf Kunden zugehen, sorgen Sie dafür, dass der hochwertige Preisbereich für Sie definitiv unerreichbar bleibt. Es muss kein Anzug sein, aber mit Ihrem Outfit entscheiden Sie vom ersten Moment an, welche Preiskategorie man Ihnen zutraut.



»Wenn Kunden denken, Sie sind teuer, haben Sie vieles richtig gemacht.«

ROLAND SCHRAUT

Der Verkaufsexperte Roland Schraut bietet mit der »Sales academy« ein Mentoringkonzept für Unternehmer im Handwerk an. Infos unter www.salesacademy.ag