

Innovatives Beratungskonzept der Einkaufs- und Marketinggemeinschaft HörRex verschafft besseren Zugang zu höheren Preissegmenten

Gemeinsam fit für den Markt von morgen

Mit derzeit 128 Mitgliedern und insgesamt 248 Betriebsstätten gehört die HörRex Hör-Akustik eG zu den größten Einkaufs- und Marketinggemeinschaften auf dem bundesdeutschen Hörakustik-Markt. Gemeinsamer Einkauf, attraktive Marketing-Tools, exklusive Schulungsangebote... – insbesondere Einzelkämpfern und kleineren Akustik-Ketten bietet die HörRex wichtige Unterstützung für den stetig wachsenden Wettbewerb. Seit Anfang des vergangenen Jahres etabliert die Gemeinschaft zudem ein innovatives Beratungskonzept, das es den Mitgliedern ermöglicht, mehr denn je auf Kundenbedürfnisse einzugehen und die Kunden deutlich hochwertiger zu versorgen.



»Erstes Ziel all unserer Aktivitäten ist der wirtschaftliche Erfolg unserer Mitglieder«, so Tannassia Reuber, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied der HörRex. »Wir unterstützen sie mit unserem attraktiven Einkaufsprogramm, mit HörRex-Eigenprodukten, speziellen Dienstleistungen u. a. zur Qualitätszertifizierung und bei Hörgeräte-Versicherungen. Und wir sind Kommunikationsplattform; bieten ein Netzwerk, in dem Kollegen Informationen und Erfahrungen abrufen und austauschen können.«

Darüber hinaus hilft die HörRex ihren Mitgliedern vielfältig bei der Gestaltung ihres Außenauftritts. Ob Kundenmagazin und Rätselheft, ob Poster und Anzeigenvorlagen, ob ganze Kampagnen, wie die überaus erfolgreiche forsa-Studie »Hören«, ob Messestand, Hörtest-Pass, Service-Heft... – jeder kann auf das umfangreiche Werbemittel- und Marketingprogramm der Gemeinschaft zurückgreifen, das kontinuierlich ausgebaut und aktualisiert wird.

Machen die Kunden der HörRex fit für das neue Konzept. Die Trainerinnen Astrid Begemann, Michaela Lückenotto und Veronika Vehr (von li.) von der VVC Hamburg.

Exklusive Weiterbildungen für Mitglieder und deren Mitarbeiter runden die Angebotspalette ab. Sie sind nicht nur informativ, sondern vor allem auch praxisnah und auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmer zugeschnitten.

»Wir sorgen für einen professionelleren Auftritt unserer Mitglieder. Der Einzelne wird stark durch die Gemeinschaft«, so Tannassia Reuber. »Und was man heutzutage nicht oft genug hervorheben kann: Dabei erfolgt kein Eingriff in die Selbstständigkeit und Individualität der Unternehmen, die weiterhin unabhängig über die eigene Geschäftspolitik, ihre Werbeaktivitäten und ihr Sortiment bestimmen.«

Beratungsmappe optimiert den Kundenkontakt

Professionalität im Kundenkontakt sichert auch ein innovatives Beratungskonzept, das die HörRex ihren Mitgliedern vor circa einem Jahr erstmals vorstellte. »Mit der Entwicklung dieses Ansatzes beschäftigte sich unser Marketing-Beirat bereits seit Anfang 2005. Wir suchten nach einem Instrument, das es unseren Mitgliedern ermöglicht, gemeinsam mit ihren Kunden aus der Vielzahl verfügbarer Produkte bzw. Hersteller die jeweils optimale individuelle Lösung zu ermitteln. Und wir benötigten eine Lösung, die es ihnen erlaubt, hochpreisiger zu verkaufen«, erläutert Tannassia Reuber.

»Welcher Endverbraucher kennt schon die Vorteile von Rückkopplungsunterdrückung oder Direktionalität? Wichtig ist, dass der Endverbraucher überhaupt erst einmal erkennt, welche konkreten Hör-Bedürfnisse, welche Erwartungen er hat. Nur wenn ihm das klar ist, ist er im Stande, die Vorteile einer hochwertigen Hör-Lösung zu schätzen. Und natürlich muss er diese Vorteile, die vielen technologischen Raffinessen auch verstehen und sich vorstellen können.«

Ausgehend von diesen strategischen Überlegungen wurde eine spezielle, individuell bestückbare HörRex-Beratungsmappe entwickelt, die es in sich hat: Eine Imagebroschüre bietet



Intensives Arbeiten ist garantiert – Teilnehmer des Seminars »Von der Beratungsmappe zum Verkauf im Premium-Segment«.

Neukunden übersichtlich die wichtigsten Informationen von der Funktionsweise des menschlichen Gehörs über Bauformen moderner Hörsysteme bis hin zu den Vorteilen einer beidseitigen gegenüber einer einseitigen Versorgung. Anschaulich und leicht verständlich informieren Info-Blätter z.B. über den Weg zur individuellen Hörgeräte-Versorgung.

Als Arbeitsunterlage, auf die sich der Akustiker im täglichen Kundengespräch stützen kann, dient eine Beratungsübersicht. Diese besticht durch ihre visuelle Darstellung und liefert dem Kunden einen Überblick über die verschiedenen Geräte-Kategorien. Anhand der Übersicht kann sich der Endverbraucher auch nach erfolgter Beratung weitergehend damit auseinandersetzen.

»Von unseren Mitgliedern wurde die Mappe sehr gut angenommen«, so Tannassia Reuber. »Eine aktuelle Befragung ergab, dass bereits zwei von drei HörRex-Akustikern das Tool im täglichen Kundenkontakt verwenden.«

Individuelle Verkaufstrainings unterstützen die Umsetzung

Doch damit noch nicht genug: Um die Umsetzung des neuen Konzeptes

voran zu treiben, wurde die Personaltrainerin Veronika Vehr damit beauftragt, ein eigens auf das Konzept zugeschnittenes Training zu entwickeln.

Entstanden ist das HörRex-Qualifizierungsprogramm »Von der Beratungsmappe zum Verkauf im Premium-Segment«, das sich aus einem zweitägigen Grund-, einem zweitägigen Aufbau-seminar sowie bedarfsorientiertem Coaching am Arbeitsplatz zusammensetzt.

»Die Teilnehmer lernen, wie sie die Beratungsmappe optimal in ihren Arbeitsalltag integrieren können«, so Trainerin Veronika Vehr, Geschäftsführerin der VVC Hamburg. »Wir schulen in Gruppen von acht bis maximal zwölf Teilnehmern, was ein intensives Arbeiten garantiert. Wir nut-

Ladenbau:

Mit Pfiff



Beratung,
Planung
und Ausführung:
Johanna Sielaff
Dipl.-Designer

Ladburger Str. 225 · 49082 Osnabrück · Tel. (05 41) 5 49 73
Fax (05 41) 5 45 26
Mobil (01 71) 7 72 33 49
info@ladenbau-mit-pfiff.de

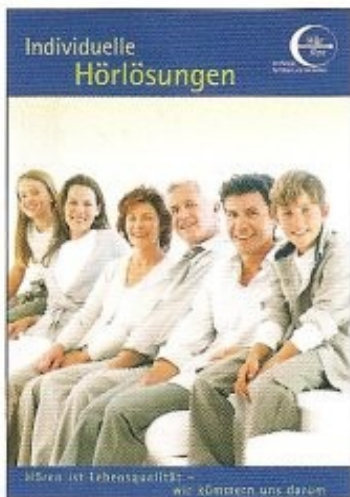
zen differenzierte Methoden, setzen uns mit den vielfältigen Faktoren auseinander, die den Beratungsprozess beeinflussen, greifen auf Übungen und Rollenspiele zurück, in denen die Beratungsmappe als Argumentationshilfe verwendet wird. Die Teilnehmer lernen, wie sie im Gespräch die wichtige Balance zwischen produktbezogen-fachlicher und kundenbezogener Beratung halten können. Und durch das Training erleben sie ganz unmittelbar, welche Chancen ihnen das neue Konzept bietet, um sich von ihren Wettbewerbern abheben zu können und die eigene Souveränität auszubauen.«

Im Aufbau-seminar, das zwei bis vier Monate nach dem ersten Training angeboten wird, diskutieren die Teilnehmer ihre bisherigen Erfahrungen, um darauf aufbauend einen persönlichen Leitfaden für die dauerhafte Nutzung zu erstellen. »Ziel ist ein deutlicher Ausbau des Top-Segments sowie langfristig die konsequente Entwicklung eines Empfehlungsmanagements zur Akquisition von Neukunden«, so Veronika Vehr.

Um die Umsetzung des neuen Konzeptes voranzutreiben, verstärkte sich die HörRex darüber hinaus auch um eine kompetente Kraft im Außendienst. Seit November des vergangenen Jahres fungiert Ursula Ebinger bundesweit als Ansprechpartnerin und persönliche Betreuerin.

Positive Resonanz und messbarer Erfolg

Das Beratungskonzept ist erfolgreich. Bereits die ersten Veranstaltungen des neuen HörRex-Schulungsblocks im Herbst des vergangenen Jahres erfreuten sich großer Nachfrage. In Leipzig musste aufgrund der zahlreichen Anmeldungen sogar ein zusätzlicher Seminar-Termin organisiert werden.



Sichert Professionalität im Kundenkontakt: Die Beratungsmappe, die den Mitgliedern zur Verfügung gestellt wird.

»In meinem Geschäft werde ich das Beratungskonzept jetzt unbedingt umsetzen«, so Rüdiger Born von Born Hörgeräte aus Brandenburg, der eine der ersten Schulungen besuchte. »Im Seminar konnte ich mich noch mal systematisch in diese neue Form der Kundenberatung einarbeiten. Ich habe viele neue Argumente bekommen. Und ich habe jetzt die Chance, meine Beratungsgespräche deutlich besser zu strukturieren. Meine Kunden werden nun viel besser verstehen, welche Hör-Lösung ihnen welche Leistungen bietet.«

»Der große Vorteil dieses Seminars war es, dass ich praktische Handwerkskennzeichen bekam, die ich schon am nächsten Tag im Geschäft umsetzen konnte«, ergänzt Hörgeräteakustikermeisterin Claudia Vogler-Bergmann von der Vogler Augentoptik & Hörakustik GbR aus dem sächsischen Döbeln. »Die Beratungsmappe gibt mir

eine Art Gerüst, das bei der Beratung des Kunden immer präsent ist. Ich setze die Mappe schon seit über einem Jahr ein. Aber durch das Training kann ich das Konzept noch viel effektiver umsetzen. Ich fühle mich deutlich sicherer. Die Beratungsmappe gibt mir die Möglichkeit, mich gemeinsam mit dem Kunden noch detaillierter über dessen Wünsche und Ziele zu verständigen. Zudem erleichtert die bildhafte Darstellung dem Kunden das Verständnis. Es ist doch klar: Wenn dem Kunden die eigenen Hörbedürfnisse gar nicht bewusst sind, er die Zusammenhänge nicht versteht, interessiert er sich auch nicht für irgendwelche technologischen Vorteile. Dann wird er sich natürlich oft eher für eine preiswerte Lösung entscheiden. Ich kann nur sagen, ich habe mit dem neuen Konzept messbar Erfolg.«

Einig sind sich Claudia Vogler-Bergmann und Rüdiger Born auch darin, dass sie beim Aufbau-seminar auf jeden Fall wieder dabei sein werden. In den kommenden Wochen wird dieses Seminar erstmals bundesweit an mehreren Standorten angeboten.

Kathi Lange



Teilnehmer lernen im Rollenspiel, wie sie die Beratungsmappe optimal in ihren Arbeitsalltag integrieren können.

(Fotos: HörRex)