

Aufgaben Vertriebler, Befragungen Februar/ März 2022 online über Mentimeter

60

Holzfachhändler haben an unserer
Holzfachhandelsbefragung
zum Thema **Außendienst** teilgenommen.



► **ERGEBNISSE** ◀

100

Schreiner und Schreinerinnen, sowie Tischler
und Tischlerinnen
haben an unserer Umfrage zum Thema
Holzhandelsaußendienst teilgenommen.



Thank
you



Erkenntnisse



Außendienstbesuche bei Kunden – hier Schreiner- sind nach wie vor gewünscht und auch angesagt. Die verbreitete Arbeitsweise über Zoom, Teams oder andere Medien während der Coronakrise ist bei der Zielgruppe Schreiner/Tischler in dieser Form noch nicht angekommen. Verstärkt wird der persönliche Kontakt zum Außendienst des Holzfachhandels noch gerne angenommen.



Hier zeigt sich, dass bei vielen Schreibern/Tischlern noch Kapazitäten für „Kaffee und Besuche“ existieren, somit der Außendienst hier aktiv gefragt ist, u.a. auch Besuche jenseits der A-Kunden zwecks Optimierung des Marktpotentials in seine Touren mit aufzunehmen.



Spanend in diesem Zusammenhang ist, dass sich die Geschäftsführungen aus dem Holzfachhandel eine immer stärker hybride Arbeitsweise ihres Außendienstes wünschen. Um eine solche sicher zu stellen, gilt es jedoch einmal auf die Tätigkeiten des Außendienstes aktiv zu schauen, und zu überlegen, was hiervon in Zukunft ggf. auch virtuell erledigt werden könnte.



Hinsichtlich der bestehenden Vertriebskanäle, auch zur Annahme von Aufträgen, geht der Trend immer mehr in die digitale Bestellform und hier allen voran E-Mail und Webshop über. Weitere innovative Formen Bestellungen auszulösen haben bis dato die Zielgruppe Schreiner/Tischler noch nicht erreicht, was sich im Zeitverlauf ändern könnte.



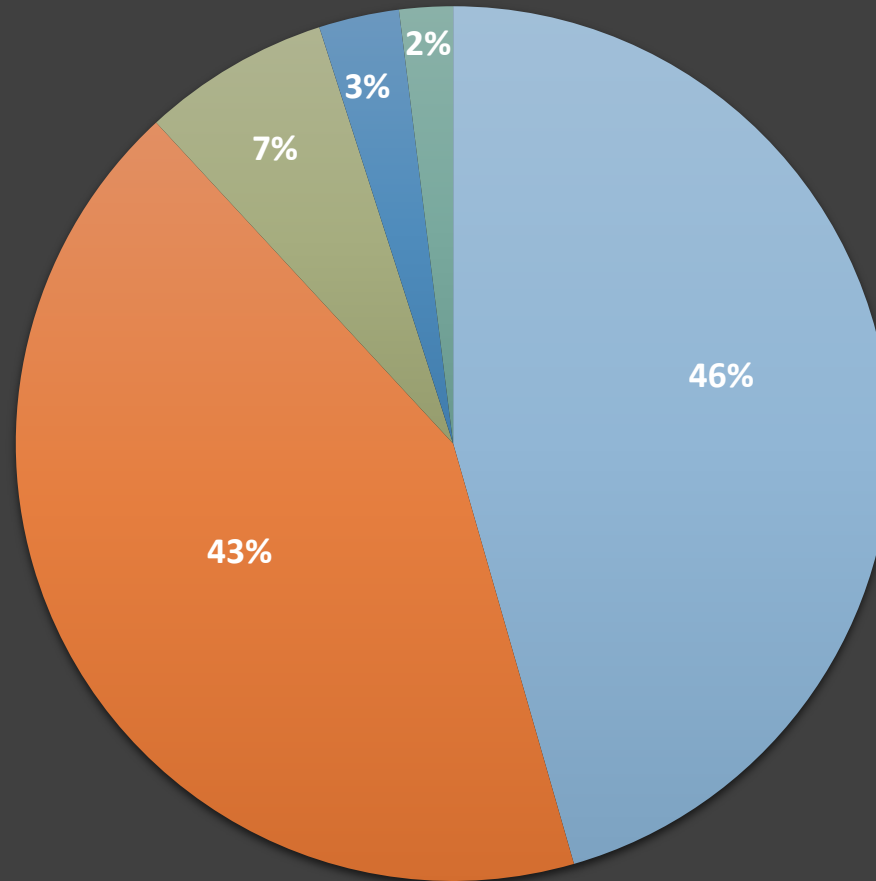
Die Verantwortlichen im Holzfachhandel sind gut beraten Ihren Vertrieb auf die digitalen Trends der Zeit vorzubereiten. Der Vertrieb hat sich noch nie so gewandelt wie in den letzten 5 Jahren und dabei allen voran die letzten 2 Jahre.



Der Trend wird dahingehen, dass die persönliche Ansprache nach wie vor wichtig bleibt, jedoch nicht für Auftragserfassungen, Angebote etc. genutzt werden wird, sondern vielmehr zur individuellen partnerschaftlichen Beratung des jeweiligen Kunden.

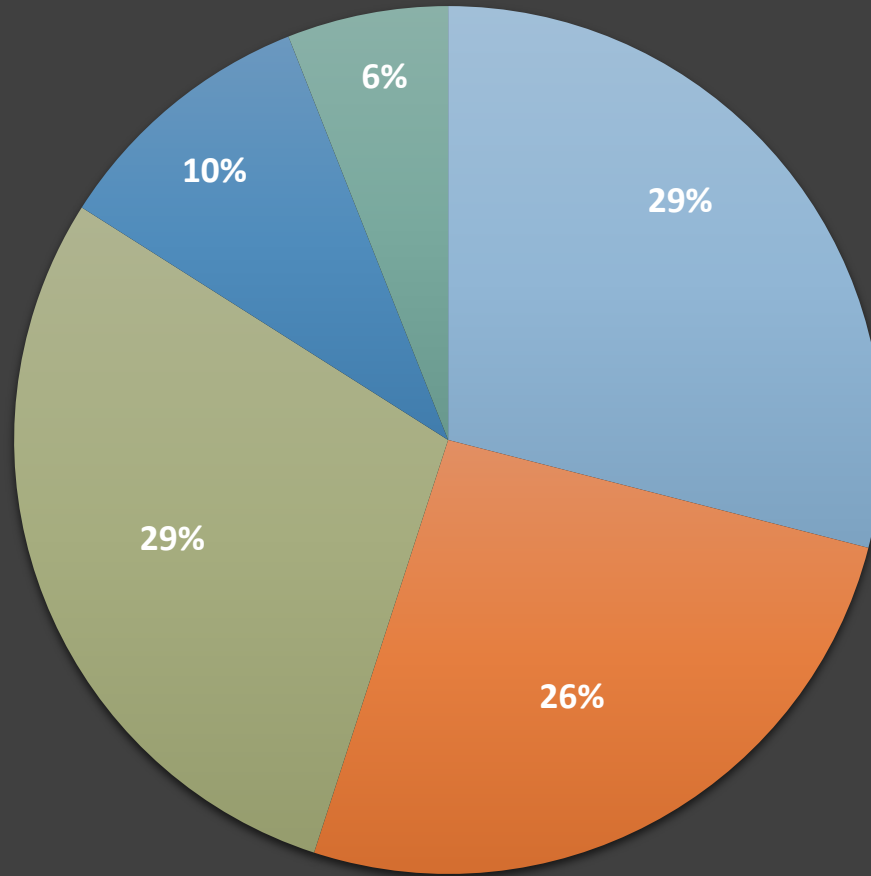
1. Holzfachhändler: Werden oder wurden Ihre Kunden von Corona regelmäßig von Ihrem Außendienst besucht?

- Ja, möglichst alle Kunden im Außendienstgebiet werden regelmäßig besucht
- Nur ausgesuchte Kunden (bspw. A Kunden) werden regelmäßig besucht
- Kundenbesuche finden statt, doch eher seltener
- Wir verzichten bewusst auf Außendienstbesuche und wickeln den Vertrieb über unseren Innendienst ab
- Wir versuchen mittlerweile den Vertrieb komplett online abzubilden



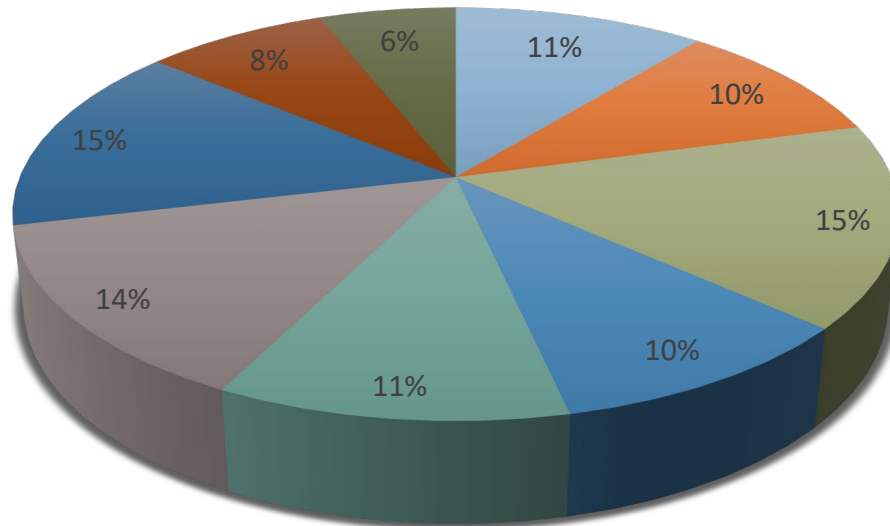
1. Schreiner & Tischler: Werden oder wurden Sie vor Corona regelmäßig vom Außendienst Ihres Holzfachhandels besucht?

- Ja, von meinem Hauptlieferanten
- Ja, von 1-3 meiner Lieferanten
- Eher selten
- Ich verzichte bewusst auf Außendienstbesuche
- Ich versuche mittlerweile alles online zu lösen

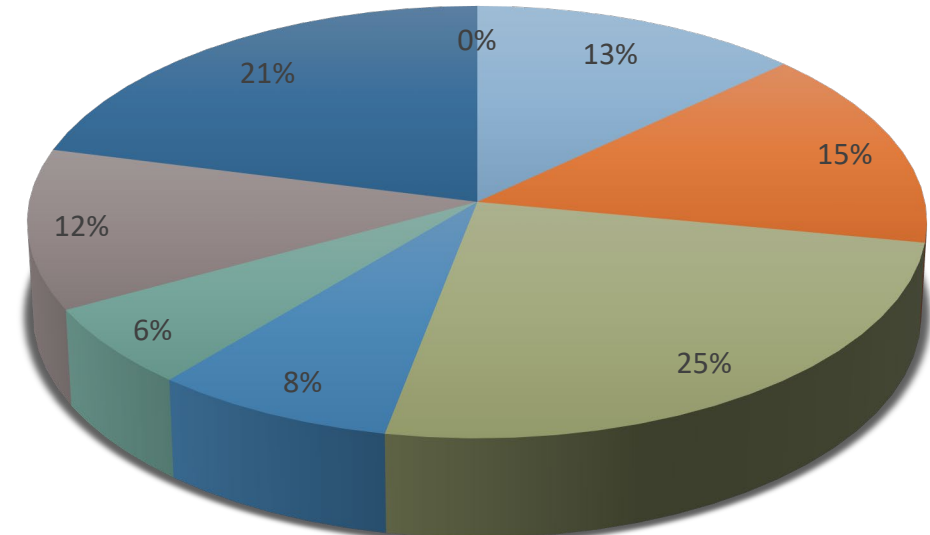


2. Welche Tätigkeiten und Informationsvermittlungen der AußendienstmitarbeiterInnen finden bei Ihnen statt?

Holzfachhändler



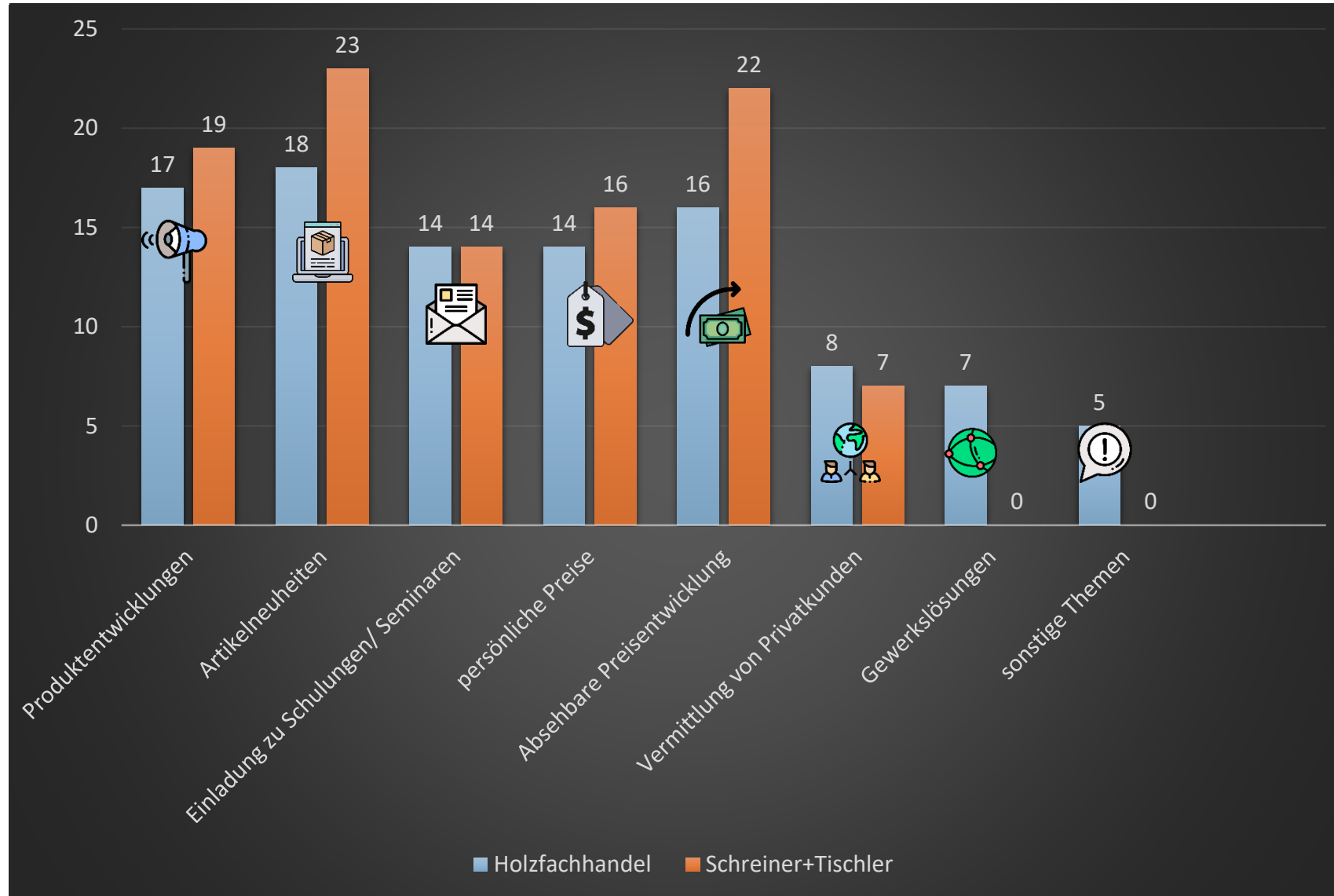
Schreiner & Tischler



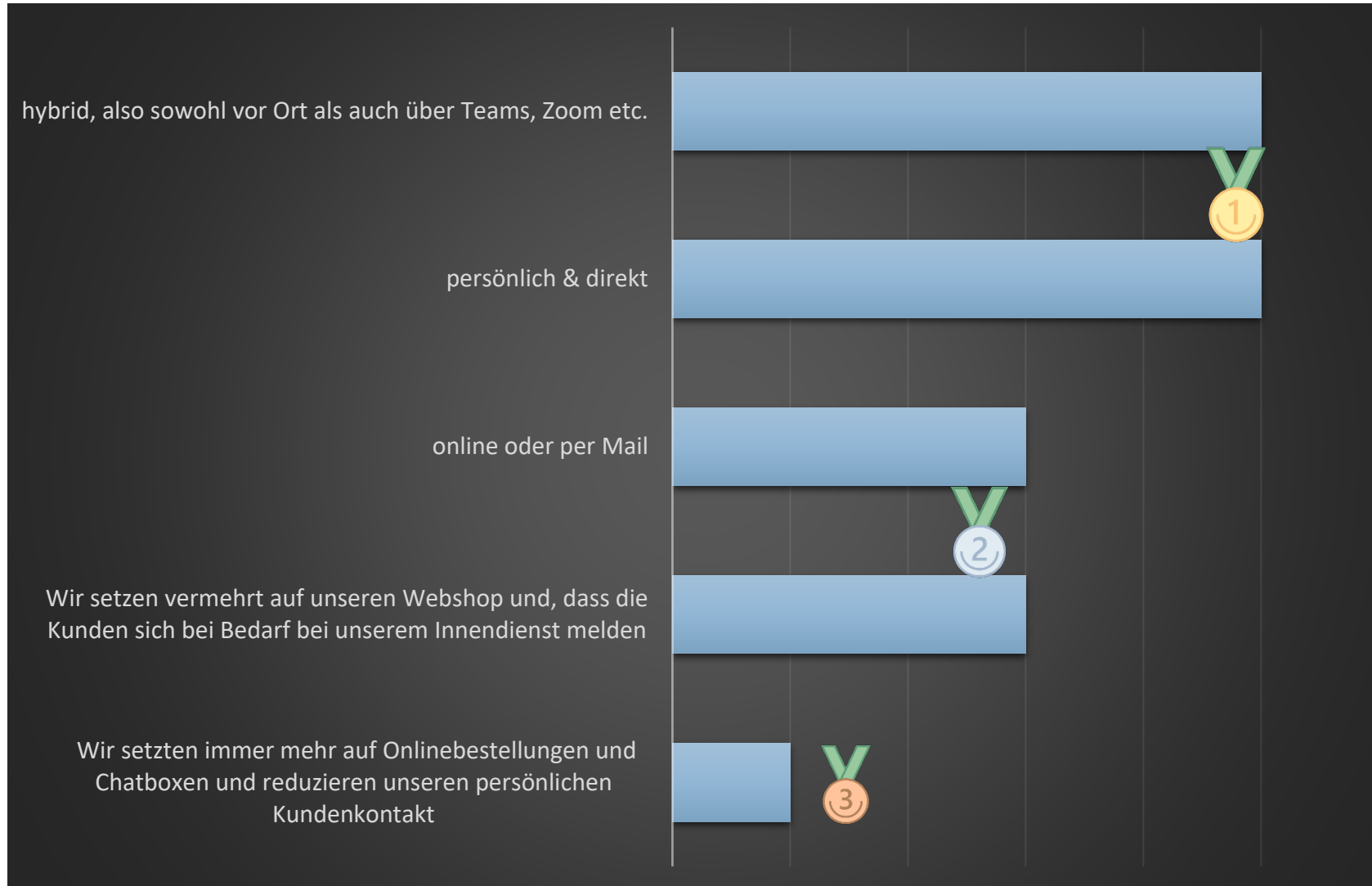
- Info über Lieferzeiten für Artikel
- Informationen zu neuen Produkten und Lösungen
- Persönliche Preisauskunft durch den Außendienst
- Problemlösungen durch den Außendienst
- Sonstiges
- Lagerware, Auskunft ob direkt lieferbar oder nicht
- Bestellmöglichkeit direkt beim Außendienst
- Reklamationsannahme durch den Außendienst
- Umsatzentwicklung des Kunden für Bonigespräche



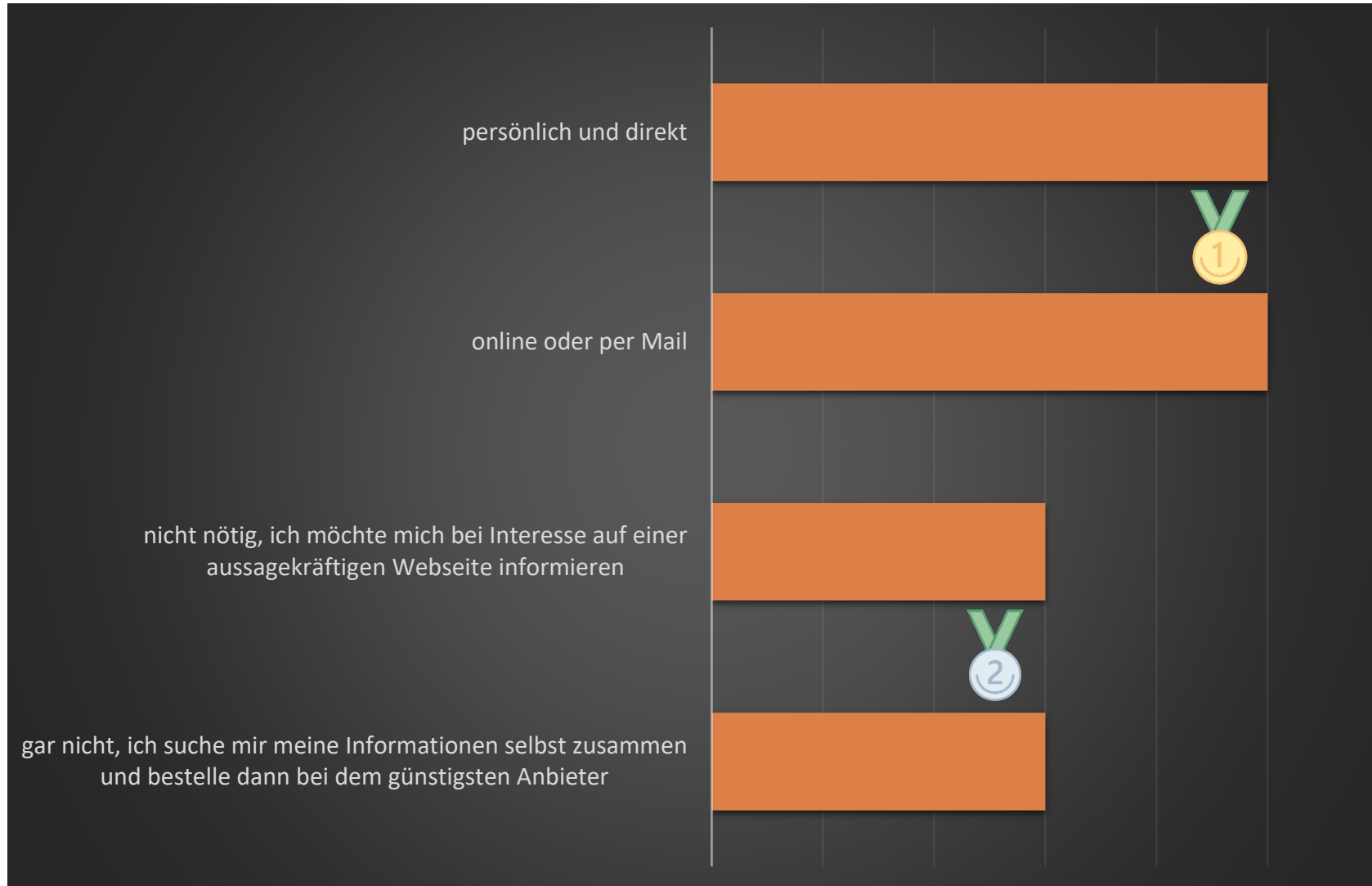
3. Zu welchen Themen informieren Sie Ihre Kunden? (Angabe in %)



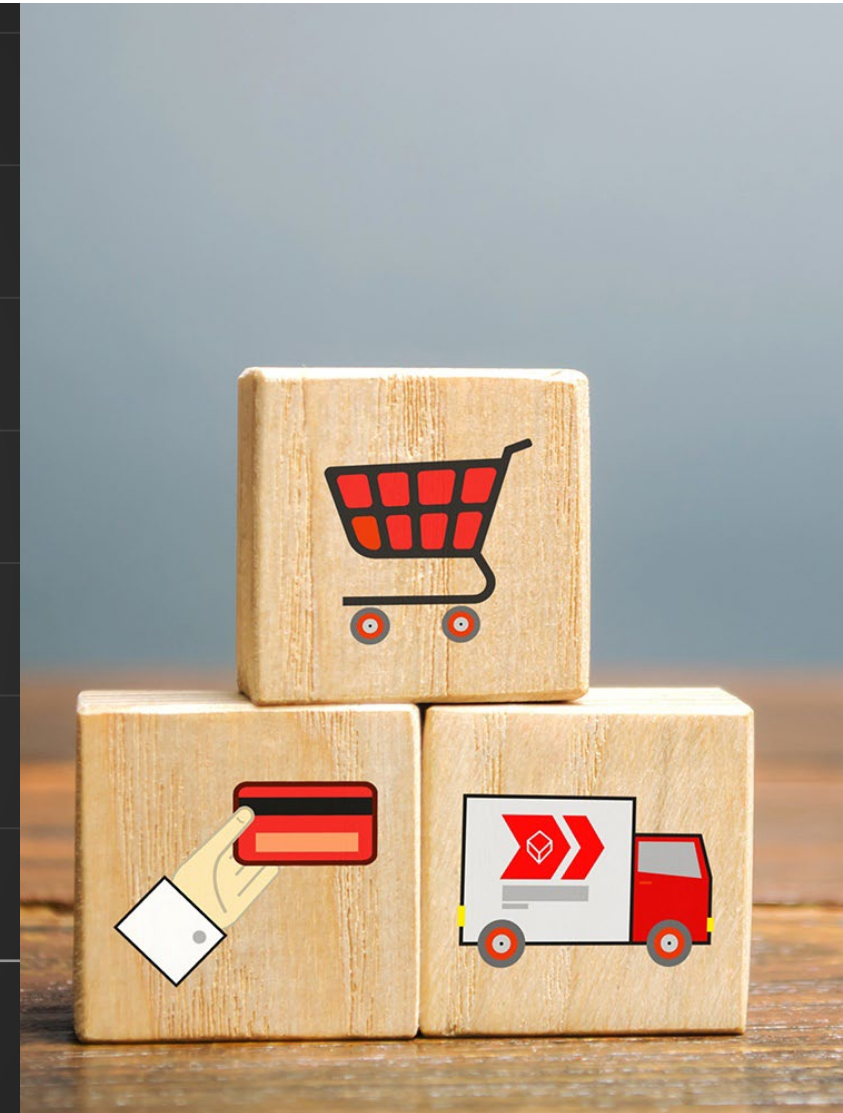
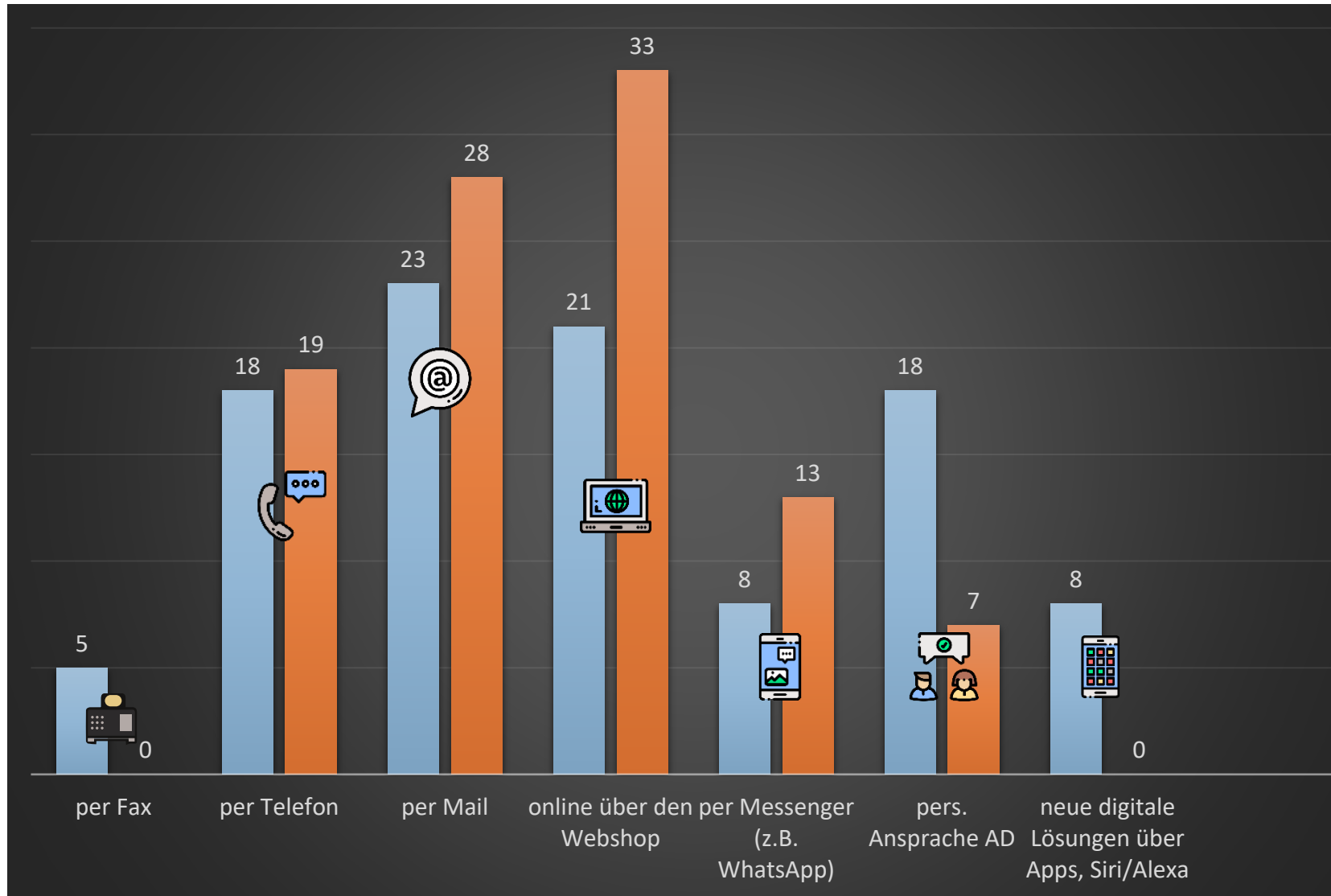
4. Holzfachhändler: Wie möchten Sie zukünftig Ihre Kundinnen und Kunden ansprechen?



4. Schreiner & Tischler: Wie möchten Sie zukünftig am liebsten angesprochen werden?



5. Wie würden Sie zukünftig gerne Ihre Kundenbestellungen annehmen, bzw. wie funktioniert es bei Ihnen? (Angabe in %)



Mit der WBS erhalten Sie kompetente Unterstützung:

Die WBS -Winning Business Solutions- ist Ihr Beratungsunternehmen für analoge und digitale Lösungen zur Unternehmens- und Vertriebssteuerung. Unsere Kernkompetenzen umfassen insbesondere die Umsetzung von Unternehmensstrategien, die Organisationsgestaltung sowie die Implementierung von effizienten Geschäftsprozessen unter Einbeziehung der Mitarbeiter.

Unternehmensstrategie

- Strategieentwicklungsprozess Moderation
- Organisation und Führung

Organisationsgestaltung

- HR Entwicklung
- VUCA Welt
- Aufbau- und Ablauforganisation

Geschäftsprozesse

- Schlüsselprozesse
- Status Quo Prozesse
- Optimierung
- Kundenprinzip

Vertriebssteuerung

- Customer Relationship Management
- Mobiles CRM
- Analyse und Auswertungen

Analytik

- Data Analytics
- Self Service BI
- Best Practice
- „Welche Daten für welche Taten“
- Gestaltung

Digitalisierung

- Einfachheit
- Mehrwert
- Sollprozesse
- Lösungssuche
- Workshops
- Umsetzung durch Partner



Herr Rudolf Surrey

- Strategie
- Organisation
- Prozesse
- Vertrieb
- Analytik
- Digitalisierung

&
Team

Erfahren Sie mehr über den Speaker



Buchtipp



Bei amazon oder im WBS Shop erhältlich



Die Strategie für Strategien

– Rudolf Surrey

Ein Buch für die zukünftige Geschichte Ihrer Organisation. Einfach ein Buch für Sie.

