

Kurzdossier
zu einer Studienarbeit der
Fa. EWS GmbH & Co.KG
für eine/n Studentin/en in den
Fachbereichen Marketing oder Betriebswirtschaft
im Rahmen einer Bachelor- oder Masterthesis

Fragestellung:

Wie kann ein Unternehmen wie EWS die Beratungsqualität im gesamten Vertriebsteam nachhaltig verbessern und gleichzeitig die Einarbeitung neuer Kundenbetreuer erleichtern?

Möglicher Titel der Studie:

Grundlagen für ein interaktives Argumentationstool zur Optimierung von Verkaufsgesprächen zwischen einem Solarstrom-Fachgroßhandel und seinen Installateurkunden

Ziel:

Entwicklung von Argumentationsketten als Basis eines B2B-Gesprächsleitfadens für Kundenkontakte in verschiedenen PV-Märkten Nordeuropas

Ausgangslage:

Die Fa. EWS ist ein PV-Fachgroßhandel und bietet Intallateurkunden in Nordeuropa seit 1985 Unterstützung bei der Auslegung und dem Verkauf von Solarstromanlagen. Dazu gehören neben der technischen Planung, auch Ertragsprognosen und Wirtschaftlichkeitsberechnungen, sowie Hinweise zur Auswahl der Komponenten.

Problemstellung:

Die PV-Branche entwickelt sich immer schneller. Damit steigen die Anforderungen an die Beratungsqualität im Großhandel und der Aufwand zur Vermittlung von Fachwissen und Verkaufsargumenten an neue Mitarbeiter. Ohne Regeln und Routinen werden Argumentationsketten oft nicht rechtzeitig und wirksam an sich verändernde Rahmenbedingungen, Produkt- und Preisentwicklungen sowie wachsenden Anforderungen seitens der Kunden angepasst.

Möglicher Lösungsansatz:

Aufbauend auf den Erfahrungen aller EWS-Vertriebsmitarbeiter werden übliche Gesprächsverläufe dokumentiert und sowohl strukturell als auch inhaltlich analysiert, um daraus einen intuitiv nutzbaren Leitfaden für Verkaufsgespräche zu entwickeln. Abgesichert über eine im Unternehmen neu zu etablierende Aktualisierungsroutine, sollen hier stets die erfolgversprechendsten Argumentationsketten für schwierige Situationen und unübersichtliche Gabelungen im Gesprächsverlauf abrufbar sein. Kundenberater sollen sich so schnell und effektiv vorbereiten können, um in jedem Verkaufsgespräch tatsächlich die Führung zu behalten und Einwänden souverän begegnen zu können. Hierbei werden mehr die kaufmännischen als die technischen Perspektiven eingenommen, denkbar ist aber auch die themenweise Verknüpfung mit einem bereits vorhandenen Bewertungstool für die technische Eignung bestimmter Komponenten.