



Marketingpreis des
Deutschen Handwerks
2009

Presseinformation

Juni 2009

Aufs richtige Pferd gesetzt

1. Preis Großbetriebe: Schlosser Holzbau GmbH, Jagstzell

Ziel

„Mein Bruder und ich fahren 100.000 Kilometer pro Jahr, um Kunden und Interessenten zu besuchen“, berichtet Josef Schlosser, „diese Terminhatz war weder für sie noch für uns die optimale Lösung“. Aus der Not machten die Inhaber der seit 1984 auf „Bauen fürs Pferd“ spezialisierten Schlosser Holzbau GmbH eine Tugend: Sie entwickelten ein Konzept für exklusive Erlebnis-Besichtigungen. Seit diesem Frühjahr werden ausgewählte Interessenten für einen Tag an den Firmensitz nach Jagstzell im Ostalbkreis eingeladen. Hier können sie unter anderem bei einer Werksbesichtigung die Produktion live erleben, mehrere fertige Reithallen und Ställe in Augenschein nehmen und bei einer Präsentation in entspannendem Ambiente eine Vorstellung von der Realisierung ihres eigenen Bauvorhabens bekommen.

Konzept

Diese systematische Betreuung erfordert ein ausgeklügeltes Kundenmanagement, bekennt der Zimmerermeister: „Unser idealer Interessent wünscht Planung und Ausführung aus einer Hand, hat klare Budgetvorstellungen, eine gesicherte Finanzierung, einen Bauplatz und schon recht konkrete Terminvorstellungen“, zählt er einige Eckpunkte auf. Firmenmitarbeiter erfragen diese Informationen bei jedem Kundenkontakt und speisen sie in ein eigens entwickeltes „Nachfrage-Sog-System“ ein. Je näher ein potenzieller Auftraggeber dem angepeilten Idealbild kommt, desto intensiver wird die Betreuung.

Ausrichter:

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR DEN MITTELSTAND
handwerk
magazin

Sponsoren:

Deutsche Post 

®
i n v e n t



Marketingpreis des
Deutschen Handwerks
2009

Abwicklung

Wesentlicher Baustein dieser maßgeschneiderten Servicestrategie ist ein systematisches Mailingkonzept. Am Anfang steht dabei, etwa bei Erstanfragen via Internet, der Versand von Prospekten und allgemeinen Informationen zum Unternehmen. Kurz vorm Abschluss winkt schließlich die persönliche Einladung zu einer Erlebnis-Besichtigung. „Vor beziehungsweise nach jedem Brief suchen wir den telefonischen Kontakt zum Kunden, um zu ermitteln, wie zufrieden er mit den Informationen war und wie wir ihm weiter helfen können“, erklärt der 51-Jährige.

Erfolg

Seit Ende Februar wurden wöchentlich zumeist drei bis fünf der exklusiven Einladungskarten für Erlebnis-Besichtigungen verschickt. „Bis Ende Mai konnten wir bereits sieben Interessenten und ihre Familien durch unser Unternehmen führen und aus diesen Gesprächen fünf Abschlüsse verbuchen“, zieht der Firmenchef erfreut Bilanz. Darüber hinaus liegen nach seinen Angaben bereits Anmeldungen für rund ein Dutzend weitere Besichtigungen vor. Und jede Woche verlassen weitere Einladungsbriefe das Unternehmen.

Firmendaten

Josef Schlosser
Schlosser Holzbau GmbH
Branche: Zimmerei
Mitarbeiter: 50
Umsatz 2008: 11 Millionen Euro
Werbudget: 1 % des Umsatzes
www.schlosser-projekt.de

Ansprechpartner für die Presse:

Kerstin Meier (*handwerk-magazin*), Tel. 089/898261-13

Text + Bildmaterial

Diesen Text sowie das Marketingpreis-Logo zum Download finden Sie unter www.marketingpreis.de in der Rubrik „Presse“.

Ausrichter:

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR DEN MITTELSTAND
**handwerk
magazin**

Sponsoren:

Deutsche Post 

 [®]
i n v e n t