

Ihre neue Service-CD ist da!

OBUKGALERIE® – Ihr Erfolgskonzept

Ihre Ausstellung ist Ihre Visitenkarte

Sie wissen es auch: was Kunden im Original sehen und anfassen können, überzeugt, auch ohne viele Worte. Deshalb ist ein Ausstellungsbereich in Ihren Räumen von großer Bedeutung für Ihre erfolgreichen Verkaufsgespräche. Unser Anliegen: wie können wir Ihnen helfen den Verkauf zu erleichtern und dafür zu sorgen, dass OBUK-Türen im rechten Licht am rechten Platz optimal zur Geltung kommen? Mit der **OBUKGALERIE®** ist es uns gelungen Ihnen ein System anzubieten, das höchst flexibel und dennoch funktional ist und in jeden Verkaufsraum passt.

Die einzelnen Elemente des Ausstellungssystems sind so konzipiert, dass sie sich immer wieder auf-, ab- und umbauen lassen. Egal ob Sie die Anordnung im Raum ändern, die Füllungsmodelle auswechseln oder das System erweitern wollen. Selbst die Beschriftungstafel lässt sich immer wieder mit den jeweils aktuellen Produktdaten bestücken (Beschriftungsprogramm, siehe OBUK- Service CD). Das System erklärt sich fast von selbst und ist einfach und ohne Fachkenntnisse aufzubauen. Unser Prospekt über die **OBUKGALERIE®** verrät Ihnen mehr Einzelheiten und anschauliche Beispiele was alles möglich ist. Haben Sie noch keinen Prospekt? Schnell anrufen: **(0 25 22) 917-0**



- Verkaufsfördernd
- Funktional
- Repräsentativ
- Flexibel



Griffsäule



Infotheke

Kurznotizen

Neu in der OBUKGALERIE® Erfolgreicher verkaufen

Zwei neue Elemente erweitern ab sofort die **OBUKGALERIE®**, das variable Ausstellungssystem. Die **Infotheke** ist ein Besprechungs-Stehtisch und ein hochwertiges Broschüren-Display in einem. Auf der Hausmesse oder im Empfangsraum bildet sie die ideale Basis für erfolgreiche Verkaufsgespräche. Qualität zum Anfassen gibt es an der neuen **Griffsäule**. Hier werden verschiedene OBUK-Türgriffe auf kleinem Raum präsentiert und Ihre Kunden sehen alles auf einen Blick. Mehr Infos über die Neuheiten unter www.obuk.de

Messehighlight



Der OBUK-Messestand auf der fensterbau/frontale 2004 in Nürnberg

Messerückschau

Seite 2

Mit LED ins Fernsehen

Seite 3

Konjunkturbericht

Seite 4

Neue Alu-Modelle

Seite 4

Aktuelle Verkaufshilfen

Seite 5

Leute – heute

Seite 6

Fit For Success

Seite 7

Harmonie im Wohnbereich

Exklusiv bei OBUK:
Beidseitig flügelüberdeckende Haustürfüllungen aus OBUKRESIN® (Glasfaser-Verbundwerkstoff) und OBUKALUMINIUM®
Auf der einen Seite ist die Haustür die Visitenkarte nach außen. Und auf der anderen Seite gehört sie schon zum Wohnbereich dazu. Weil die Menschen mit ihrer Haustür buchstäblich leben, haben wir bei OBUK jetzt die flügelüberdeckende Technik auch auf die Innenseite der Haustüren übertragen und sind damit dem Wunsch vieler Verbraucher nach sogenannten Wohnraum-Türen entgegengekommen. Die neuen Türen verstecken auf ansprechende Weise Dichtungskanten und Türflügel. Ein dickes Plus für Ihre anspruchsvollen Kundinnen und Kunden, mit dem Sie sich Wettbewerbsvorteile sichern können. Die neuen Türfüllungen wirken wie aus einem Guss: massiv und robust – und sehr harmonisch. Im Gegensatz zu den eingesetzten Haustürfüllungen kommen sie ohne die treppenförmigen Absätze aus und grenzen auf gleicher Höhe an

den Türrahmen. So entsteht ein attraktives, flächiges Design.
Wärmeschutz ohne Ecken und Kanten
Doch die edle Optik ist nicht der einzige Vorteil für Ihre Kundinnen und Kunden. Bei den neuen Haustürfüllungen verbessern sich die ohnehin ausgezeichneten Werte für Statik und Isolation noch einmal. Der dickere Dämmkern in den flügelüberdeckenden Haustürfüllungen sorgt für optimalen Wärmeschutz, sogar bis zur Passivhaustauglichkeit. Zusätzlich können sämtliche Sicherheitsgläser eingesetzt werden. Eine gute Nachricht gibt es auch für die Freunde des klassischen Türabschlusses. Die Sockelleiste, auf die bei eingesetzten Haustürfüllungen aus konstruktiven Gründen verzichtet werden musste, hält wieder Einzug. Bei flügelüberdeckenden Haustürfüllungen können Hausbesitzer jetzt mit Sockelleisten aus Edelstahl oder Polyester wieder individuelle Akzente setzen. Wohnraum-Türen machen das Wohnen behaglicher – ein starkes Argument für Ihr Verkaufsgespräch.

Mehr dazu auf Seite 2



Auf der Messe wurde es deutlich: Innen flügelüberdeckende Haustürfüllungen sind eine Neuigkeit mit der Sie Ihre Kunden überzeugen können.

Impressum

Herausgeber: OBUK Haustürfüllungen GmbH & Co. KG
Am Landhagen 96-98, 59302 Oelde
Redaktion: Michael Witte und Claudia Dunker
Gestaltung: C.M.H. Werbeagentur, Ahlen

Empfehlen Sie Ihren Kunden die „Wohnraumtür“

Innen und Außen flügelüberdeckende Haustürfüllung, Ihre Argumente für Kopf und Bauch:

Im Gegensatz zur eingesetzten Füllung, die mehrere treppenförmige Kanten bildet, grenzt die flügelüberdeckende Türfüllung auf gleicher Höhe an den Türrahmen. So ist der Übergang von Flügel zu Rahmen harmonisch und wirkt dennoch massiv und robust.

Ist die Tür innen und außen flügelüberdeckend, erhöht sich die Isolation durch einen insgesamt dickeren Dämmkern.

Flügelüberdeckend bedeutet für Ihre Kunden:

- Attraktive Optik
- Höchste Sicherheit
- Verbessertes Wärmeschutz
- Verbesserte Statik



Innen flügelüberdeckende Haustürfüllung mit Rollentürband

Innen treppenförmige Kanten – NICHT flügelüberdeckend mit Aufschrubbund



Messerückschau

Ein echter Hingucker
OBUK-Messestand überzeugt mit Marktneuheit auf der fensterbau/frontale 2004

Wie harmonisch sich die neuen OBUK-Haustüren in den Wohnbereich einfügen, davon konnte sich die Fachwelt auf der fensterbau/frontale 2004 im März in Nürnberg selbst überzeugen. Die beidseitig flügelüberdeckenden Haustürfüllungen aus **OBUKRESIN®** und **OBUKALUMINIUM®** waren das Top-Thema am Messestand. Schließlich setzt OBUK mit seiner Messeneuheit exklusiv einen neuen Standard in der Welt der Kunststofftüren. Speziell für das neue Produkt ist der 200 qm große Stand so umgestaltet worden, dass die Türen von beiden Seiten zu sehen waren. Unterschiedlich gestaltete Wohnräume setzten die hochwertige Optik der neuen Türen gerade im Innenbereich gekonnt in

Szene und erwiesen sich als echte „Hingucker“. Der ansprechende Stand und die Produktneuheiten zogen dann auch besonders viele Besucher an. Am OBUK-Stand informierte sich das Fachpublikum aus Deutschland und Europa umfassend über die technischen Details und die zahlreichen Vorteile der beidseitig flügelüberdeckenden Haustüren. Auch die anderen Neuheiten, wie das Haustürendesign mit LED-Beleuchtung, die neuen Alu-Modelle und die druckfrischen Hauptkataloge für den Fachhandel fanden viel Beachtung. Nach 4 Messetagen ist OBUK mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Die zahlreichen qualifizierten Gespräche zeigen deutlich wachsendes Interesse und bestätigen damit den Trend zu vorsichtigem Optimismus, den auch die Messeveranstalter der Branche bescheinigen.

LED-Modelle, die neuen Verkaufsschlager

Fernsehbericht sorgt für enorme Nachfrage

„Einfach genial“ fanden die Fernsehsender NDR und MDR die OBUK-Haustüren mit integrierten LED-Leuchten im Glas. In der gleichnamigen Fernsehsendung berichteten sie Anfang Mai begeistert über die neue Technik. Einen Tag später liefen in Oelde wegen der zahlreichen Kundenanfragen die Telefone heiß. Nach dem erfolgreichen Start der Modelle NELLY 2 und FARINA 2 im Jahr 2003 auf der Bau in München, schickt OBUK jetzt 6 weitere LED-Modelle ins Rennen, aus jeder Produktgruppe zwei. Damit sind jetzt insgesamt 8 Modelle mit der neuen LED-Technik am Markt, jedes Modell ist in **OBUKRESIN®** oder in **OBUKALUMINIUM®** zu haben. Die Leuchtdioden bringen bei Dunkelheit die Glasausschnitte zum Leuchten und setzen so stimmungsvolle Glanzpunkte. Durch LEDs im Randbereich entstehen interessante Kontraste zwischen klaren und mattierten Flächen. Absolutes Highlight sind die Glasaus-

schnitte mit integrierten Leuchtdioden. Dank einer leitfähigen High-Tech-Beschichtung ist es erstmals möglich, die LEDs kabellos ins Glas zu integrieren. Dadurch wirken die einzelnen Lichtpunkte als ob sie im Glas schweben und geben ein einzigartiges und einladendes Bild ab. Die LED-Modelle bestechen optisch durch die gleichmäßige Ausleuchtung. Vor allem aber die durchdachte Konstruktion bringt Ihnen einen Vorsprung im Wettbewerb. Denn nur bei den OBUK-Haustürfüllungen können LEDs und Gläser separat ausgetauscht werden. Der Stromverbrauch der LED-Beleuchtung liegt noch unter dem einer Energiesparlampe – das sind Argumente die Ihre Kunden überzeugen. Wir bieten mit den Leuchtdioden und der besonderen Technik völlig neue, kreative Möglichkeiten der Türegestaltung – Ihre Kunden werden begeistert sein.

LED (Licht Emitierende Dioden)

Lesen Sie mehr unter:
www.obuk.de (Aktuell)



LED Lebensdauer	ca. 100.000 Std.
Konventionelle Taschenlampenbirne	ca. 20-100 Std.
Glühlampe	ca. 1.000 Std.
Verbrauch	0,1 Watt
Verbrauch Power Chips	0,8-3 Watt

LEDs sind erschütterungsfest und kaum zu zerstören!

OBUK-Holzdekor jetzt mit Patent

Die Holzoptik ist täuschend echt, die Tür aber wesentlich pflegeleichter: Aluminium-Haustüren mit Holzdekor. Dass sie echten Holztüren so ähnlich sehen, liegt an der einzigartigen Fertigungstechnik, die wir uns jetzt patentieren lassen. Für das OBUK-Patent Nr. 10211994 werden die Aluminiumfüllungen in Handarbeit der natürlichen Holzmaserung in Farbe und Struktur angepasst. Mehr als 70 verschiedene Holzdekore für viele Aluminium-Modelle stehen zur Auswahl. So bieten Sie Ihren Kunden einen großen Gestaltungsfreiraum.



Prüfrichtlinien für Türen mit Haustürfüllungen

Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie e.V. (GKV)
Der technische Ausschuss der Fachgruppe Kunststofffenstersysteme erarbeitete gemeinsam mit den Herstellern von Haustürfüllungen die Grundlagen für eine Prüfrichtlinie für Haustüren mit Füllungen. Auf der Herbsttagung der Fachgruppe konnte der Prototyp eines Prüfgerätes zur mobilen Prüfung von Haustüren mit Füllungen vorgestellt werden.



Günther Keutmeier (li), Geschäftsführer der OBUK Haustürfüllungen GmbH & Co. KG und Stefan Friedrich (re), profine GmbH, präsentieren das Prüfgerät

Neue Wachstumschancen

Altbaurenovierung und neues Design kurbeln Nachfrage an

Nach sieben Jahren scheint die Talfahrt im deutschen Wohnungsbau gestoppt. Die Prognosen verschiedener Experten geben immer wieder Anlass zu vorsichtigem Optimismus. Eine voraussichtliche Wachstumsrate von real ein bis zwei Prozent zeigt Licht am Ende des Tunnels. Doch nach den schwierigen Jahren sind damit noch lange keine rosigen Zeiten in Sicht.

Um so wichtiger ist es, verstärkt nach neuen Absatzmärkten zu suchen. Ein viel versprechender Ansatz liegt hierfür im Bereich Renovation, den die Bundesregierung im Rahmen des

„KfW-Wohnraum-Modernisierungsprogramms“ unterstützt. Das Niedrigzins-Programm der Kreditanstalt für Wiederaufbau regt Haus- und Wohnungseigentümer dazu an, in die umweltgerechte Renovierung ihrer Immobilien zu investieren.

Energiesparende Neuerungen wie die beidseitig flügelüberdeckenden Kunststofftüren von OBUK sind nicht nur passivhaustauglich, sie setzen auch optisch neue Standards. Und gerade hier, im Design, liegt die große Chance für die Branche die Nachfrage bei den Konsumenten gezielt anzuregen. Denn neue Trends schaffen neue Bedürfnisse und gekoppelt mit Argumenten die nicht nur das Herz, sondern auch den

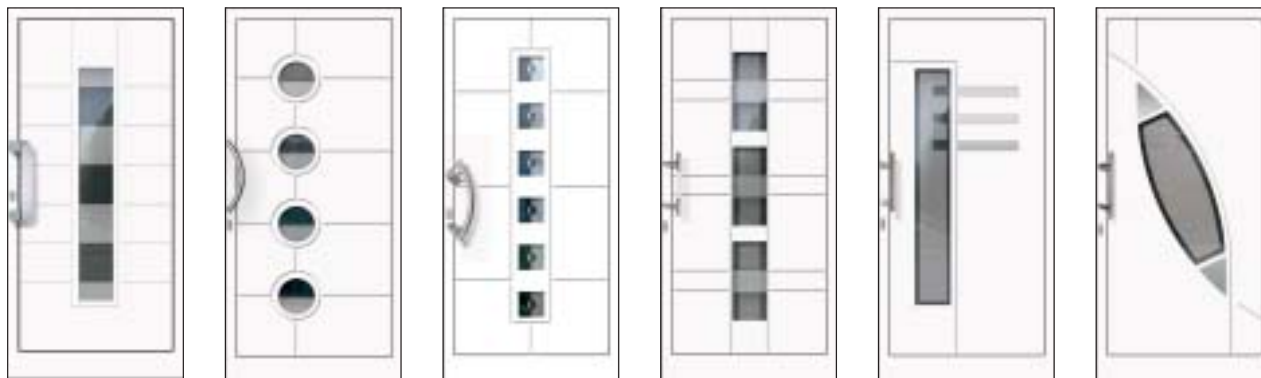
Kopf ansprechen, eröffnen sich neue Möglichkeiten für den Verkauf. Was das Design einer Haustür angeht, so ändern sich auch hier die Trends immer schneller und verkürzen die „optische“ Lebensdauer immer mehr. Mit innovativen Produkten und neuen Trends sorgt OBUK immer wieder für neue Kaufimpulse, wie die erfolgreiche Einführung des Lichtdesigns mit LEDs gezeigt hat. Und auch die beidseitig flügelüberdeckenden Kunststofftüren kurbeln die Nachfrage an. Sie als Fachhändler halten wir stets auf dem Laufenden und stehen Ihnen unterstützend zur Seite.

Geradliniges Design ist Trend

Sechs neue Alu-Modelle zeigen ein klares Gesicht

Geradlinig und elegant kommen die sechs neuen Alu-Modelle daher, speziell für Ihre Kunden die klare Linien mögen. Sie heißen AMBRA 2, BARAN 2, BOMAS 2, GALEO 2, MORAWIN 2, MUREK 2 und die Geometrie ist ihr Markenzeichen. Alle neuen Modelle sind rahmenlos und gehören zu der Produktgruppe der Unverwechselbaren. Damit verbindet sich unverwechselbares Design mit der schlichten Eleganz rahmenloser Haustürfüllungen. Die Türen zeigen nicht nur ein angenehm klares Gesicht, sie sind auch noch leicht zu pflegen,

weil sie ohne überflüssige Ecken und Kanten auskommen. Ein Vorzug, den viele Kunden zu schätzen wissen. Die Nuten auf den neuen Modellen sind ein weiteres, aber zurückhaltendes Gestaltungselement für die minimalistischen rahmenlosen Haustüren. Sie unterteilen die Tür optisch und sind ebenfalls leicht zu pflegen. Mit den neuen Modellen reagiert OBUK auf den wachsenden Kundenwunsch nach Haustüren in schlichter Eleganz. Türen, bei denen die Funktionalität im Vordergrund steht und die trotzdem nicht auf ein unverwechselbares Design verzichten, damit sprechen Sie eine große Zielgruppe an.



AMBRA II BARAN II BOMAS II GALEO II MORAWIN II MUREK II

Beidseitig flügelüberdeckend lieferbar!



Die neuen Kataloge – verkaufen leicht gemacht

Übersichtliche Nachschlagewerke und handfeste Verkaufshilfen in einem – das sind Ihre neuen Hauptkataloge: **OBUKRESIN®** und **OBUKALUMINIUM®**. Sie enthalten sämtliche Neuheiten und sind jetzt in neuem Design noch übersichtlicher strukturiert.

Drei Blumen weisen den Weg zu den drei Produktgruppen:

Die Unverwechselbaren, Die zeitlosen Klassiker und Die Rationalen. Inhaltsangabe und Index sind neu, übersichtlich gestaltet und sorgen für schnelles Finden von Details. Es gibt ausführliche Erklärungen und Zeichnungen zu technischen Sonderausstattungen, ein Glaslexikon und vieles mehr. Themenschwerpunkte wie LED, Holz, Edelstahl oder Flügelüberdeckend, sind als „Kapitel“ aufbereitet und machen es Ihren Kunden leicht, schnell zu einer Entscheidung zu kommen.

Die erste Katalog-Innenseite zeigt die zahlreichen **Wahlmöglichkeiten**, die Sie Ihren Kunden bieten können und macht auf einen Blick deutlich, wie flexibel und individuell OBUK-Haustürfüllungen sind. Die neuen Kataloge sind eine hilfreiche Grundlage für erfolgreiche Verkaufsgespräche und damit ein wichtiges Arbeitsinstrument für Sie. Das Paket beinhaltet komplett:

- Hauptkataloge
- Preislisten
- OBUK-Service CD (Excel-Preisliste, DXF-Daten, Bilddatenbank, etc.)
- Übersichtsflyer



Kurznotizen

Der mobile Musterwagen von OBUK – neu bestückt

Zeigen was man hat
Ideal für einen "Tag der offenen Tür" oder eine Regionalschau - zur individuellen Verkaufsunterstützung ist der mobile Musterwagen mit neuen, aktuellen Modellen bestückt. Möchten Sie mehr Informationen? **Bitte sprechen Sie mit Ihrem zuständigen OBUK-Verkaufsberater.**



Betriebsbesichtigung

Wissen wovon man spricht
Schauen Sie mal vorbei. Wir nehmen uns gerne Zeit für Sie und zeigen Ihnen den Weg von der Idee bis zur fertigen Haustür. Je mehr Sie über die Herstellung der Haustürfüllungen wissen, desto mehr Argumente bekommen Sie um alle Vorteile einer OBUK-Haustürfüllung vor Ihren Kunden darzustellen. Löchern Sie uns mit Fragen. **Wir freuen uns auf Ihren Besuch.**

Bitte sprechen Sie mit Ihrem zuständigen OBUK-Verkaufsberater.

eMail: info@obuk.de



Leute – heute

OBUK hat Zukunft



Daniela Golüke
Die nette Stimme haben Sie bestimmt schon einmal gehört? Daniela Golüke ist Ihre erste Ansprechpartnerin bei OBUK – sie ist zuständig für die Zentrale. Ihre Ausbildung hat sie in einem Handwerksbetrieb absolviert und kennt die Wünsche ihrer Kunden. Sie ist die gute Seele am Empfang und für viele Aufgaben, immer motiviert, bei der Sache.
Alter: 23 Jahre
Seit dem 1. September 2003 bei OBUK
Ausbildung:
Abgeschlossene Ausbildung zur Bürokauffrau.
Hobbys:
Daniela Golüke liebt die Höhe. Sie interessiert sich für alles was mit Drachenfliegen zu tun hat und insbesondere die Lenkdrachen haben es ihr angetan. Seit neuestem entspannt sie beim „Kiten“, das ist eine Art Surfen mit Drachenschirm.



Annika Böhmer
Annika Böhmer ist eine echte Kennerin der Branche, denn sie arbeitete bereits bei einem großen Fenster- und Türenhersteller. Die Auftragsabwicklung ist ihr Thema und sie ist für alle im Team die kompetente Ansprechpartnerin, stets engagiert und mit viel Spaß bei der Arbeit.
Alter: 23 Jahre
Seit dem 15. Februar 2004 bei OBUK
Ausbildung:
Abgeschlossene Ausbildung als Industriekauffrau.
Hobbys:
„Sport ist mein Hobby“. Annika Böhmer spielt Volleyball beim LTV-Lippstadt in der Bezirksliga und ist auch darüber hinaus noch sehr sportlich. In Fitnesskursen und mit Inlinern fahren trainiert sie ihre Kondition nach Feierabend.



Angelika Gödecke
Trotz ihres jungen Alters ist Angelika Gödecke ein „alter Hase“, denn ihre Ausbildung machte sie bei einem Fenster- und Türenhersteller und sammelte dort erste Berufserfahrungen. Sie ist ein kontaktfreudiger Mensch und hat sich darum für den Vertrieb entschieden. Als Kunde werden sie es zu schätzen wissen, dass sich Angelika Gödecke auch für die technische Seite der Produkte interessiert, mehr noch, sie ist sogar begeistert davon. Nach einer gründlichen Einarbeitungszeit wird sie Ende des Jahres ein eigenes Verkaufsgebiet „managen“.
Alter: 24 Jahre
Seit dem 01. April 2004 bei OBUK
Beruf:
Abgeschlossene Ausbildung als Industriekauffrau. Einige Jahre Berufserfahrung in der Branche.
Hobbys:
Angelika Gödecke spielt Frauenfußball beim SV56 Benteler und freute sich riesig über die gewonnene Weltmeisterschaft der Frauen. Vielleicht werden jetzt endlich Vorurteile abgebaut...



Mehdi Wiglinghoff
Unser Fachmann für alle „Glasangelegenheiten“, Mehdi Wiglinghoff ist zuständig für den Einkauf von Glas und dessen Logistik. Glas fasziniert ihn und das nötige Gespür für Formen und Farben hat er auch. So bringt er sich in die Produktentwicklung mit frischen Ideen und fundierten Kenntnissen ein.
Alter: 24 Jahre
Seit dem 01. Januar 2004 bei OBUK
Beruf:
Abgeschlossene Ausbildung als Industriekaufmann. 3 Jahre kaufm. Angestellter bei einem Isolierglas-Hersteller.
Hobbys:
Da Mehdi Wiglinghoff Fußball eher am Bildschirm verfolgt und weniger selbst spielt, gehört das Fitnessstudio zu seinem Pflichtprogramm. Außerdem betreibt er mit seinen Freunden eine Internet Community: www.erdbeerpudding.de. Ein Informationsportal für junge Leute mit Tipps und Trends für das Münsterland und Ostwestfalen-Lippe. Schauen Sie mal rein... es lohnt sich.



Michael Vielmeier
Michael Vielmeier liebt den direkten Kontakt zum Kunden und hat aus diesem Grund eine Ausbildung als Einzelhandelskaufmann absolviert. Um sein Spektrum und seine Karrierechancen auszuweiten machte er anschließend eine weitere Ausbildung zum Industriekaufmann bei einem großen Fenster- und Türenhersteller. Zur Zeit findet die gründliche Einarbeitung im Verkauf statt, denn Ende des Jahres soll auch Michael Vielmeier ein eigenes Verkaufsgebiet erhalten. Gründliche Einarbeitung ist OBUK ein Anliegen: zu Ihrem Vorteil, denn unsere Mitarbeiter kennen sich aus.
Alter: 26 Jahre
Seit dem 02. Februar 2004 bei OBUK
Beruf:
Abgeschlossene Ausbildung als Einzelhandelskaufmann und Industriekaufmann (3 Jahre Berufserfahrung).
Hobbys: Fußball ist sein Steckenpferd, sportlich selbst aktiv, spielt er in einer Hobby Mannschaft mit oder geht Joggen. Zum Ausgleich dazu sitzt er auch mal gerne vor dem Computer, die vielen Möglichkeiten, die das Medium bietet, haben es ihm angetan.

Setzen Sie Prospekte richtig ein

Prospekte, Kataloge und anderes Informationsmaterial sollten Verkäufer nicht einfach nur überreichen. Vielmehr müssen sie ihre Kunden damit vertraut machen.

Überreichen Verkäufer ihren Kunden Informationsmaterial in zu großem Umfang und in falscher Form, verfehlt es seinen Zweck. Das betont Gerd Kalmbach, Trainer und Berater aus Durbach. Er rät, die Unterlagen zum Gesprächsgegenstand zu machen. Dazu stellt der Verkäufer die Informationen in zweifacher Ausfertigung zusammen: für den Kunden und für sich. Ein Exemplar gibt er dem Kunden und macht ihn mit passenden Worten auf deren Inhalt neugierig. Beispiel: „Wie sich bei unserem Telefongespräch gezeigt hat, haben Sie ja vor allem Interesse an Produkten aus unserem Bereich xy. Dazu habe ich Ihnen ein paar Unterlagen zusammengestellt, die ich mit Ihnen jetzt gern durchgehen will“. Wie Kalmbach weiter erklärt, sollten die Informationen ein handliches und ansprechendes Layout haben. Heftformen, in denen der Kunde blättern kann, sind die benut-

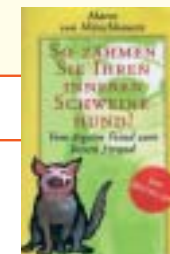
zerfreundlichste Variante. Gibt es beispielsweise einen 100 Seiten starken Katalog, in dem nur zwei Seiten für den Kunden interessant sind, muss der Verkäufer zumindest die betreffenden Seiten aufschlagen, dem Kunden zeigen und durch Lesezeichen kenntlich machen. Noch besser ist es in einem solchen Fall, die Informationen für den Kunden extra mit neuem Material zusammenzustellen. „Dies muss jedoch in einer ansehnlichen Form geschehen“, betont der Trainer. Beispielsweise schreibt der Verkäufer die Inhalte im Rechner neu zusammen und gibt dem Ausdruck ein optisch angenehmes Layout. Datenträger zu übergeben, sollte der Verkäufer vermeiden, da sie oft sehr umfangreiche Informationen bieten. Auch ist die Hemmschwelle, eine CD-ROM am Computer einzulesen, größer, als einen Katalog oder eine Broschüre aufzuschlagen. Wünscht ein Kunde elektronische Informationen, ist es sinnvoller, ihm die relevanten Ausschnitte des digitalen Katalogs als Ausdrucke zuzuschicken oder persönlich auszuhändigen.

Quelle: www.sv-corporate-media.de

Buchtip

Marco von Münchhausen

So zähmen Sie Ihren inneren Schweinehund



Sie kennen das: Wann immer es darum geht, etwas zu verändern, wichtige Entscheidungen zu treffen oder schlechte Gewohnheiten abzulegen, taucht ein gemeiner kleiner Saboteur auf – Ihr innerer Schweinehund. Zunächst unbemerkt macht er es sich auf Ihrem Schreibtisch, vor Ihrem Sofa oder auf dem Rücksitz Ihres Autos gemütlich, schnappt nach Ihrem Entschluss – und lässt ihn genüsslich verschwinden ...

Dieser ständige Begleiter lässt sich weder bezwingen noch vertreiben. Aber Sie können ihn zähmen und mit ihm Freundschaft schließen! Dieses Buch zeigt Ihnen, wie Sie aus Ihrem ärgsten Feind den besten Freund machen.

Fit For Success

Deutsche Verbraucher sind wieder etwas optimistischer.

Dies meldet die Marktforschungsgesellschaft GfK. So hätten die Verbraucher nicht nur höhere Konjunktur- und Einkommenserwartungen; auch die Anschaffungsneigung sei gestiegen. Auch für die kommenden Wochen rechnen die Marktforscher mit einer leichten Verbesserung des Konsumklimas.

Vertrauen verkauft

Bei verbraucherorientierten Technologieprodukten spielt weniger der Preis, sondern vor allem der Produktvorteil und die Vertrautheit eine wichtige Rolle. Dies hat Tricia Parks in einer Studie für das Global Consumer Advisory Board (GCAB) des Prozessor- und Chipherstellers AMD ermittelt.

Im „Dialog“ bleiben

Die Kommunikation mit Kunden wird immer wichtiger. 71 Prozent der Firmen wollen sich künftig noch stärker als bisher mit ihren Kunden auseinandersetzen. Dies ist das Ergebnis einer empirischen Untersuchung, die das Europäische Forschungszentrum für Voice Commerce in Bad Homburg bei Frankfurt am Main vorgelegt hat.

Quelle: www.sv-corporate-media.de