

Adrian Bauer: Strategien für Handwerksbetriebe im digitalen Zeitalter

Entdecken Sie, warum Adrian Bauer erklärt, dass gute Qualität aktiv vermarktet werden muss, um erfolgreich zu sein.

In einer Welt, in der herausragende Dienstleistungen oft im Schatten der Konkurrenz stehen, stellt sich die Frage: Wie können Unternehmen ihre Qualität ins Licht rücken? Diese Thematik beschäftigt auch Adrian und Oliver Bauer, die Geschäftsführer von ProjektBauer GmbH. Ihr Ziel ist es, Handwerks- und Industrieunternehmen dabei zu helfen, sichtbarer zu werden und ihre Vertriebsstrategien neu auszurichten. Denn allein gute Qualität verkauft sich nicht; sie muss auch kommuniziert und im richtigen Licht präsentiert werden.

Die Realität sieht für viele Handwerksbetriebe nicht rosig aus. Während sie einst von einer Vielzahl an Anfragen profitieren konnten und die besten Kunden auswählen durften, hat sich die Lage drastisch verändert. Altbewährte Marketingmethoden verlieren an Wirksamkeit, und viele Unternehmen stecken fest in einem Überlebensmodus. Nur wer von ihnen gehört hat, nutzt deren Dienstleistung. Ein Teufelskreis, der dazu führt, dass Mitbewerber die Sichtbarkeit und damit den Erfolg raubt. Adrian Bauer erklärt: „Ohne die Anpassung an die aktuellen Marktbedingungen laufen viele Betriebe Gefahr, langfristig den Anschluss zu verlieren.“

Handlungsbedarf ist dringend

Die Notwendigkeit, den Vertrieb zu optimieren, ist für die meisten Handwerksbetriebe ein drängendes Thema. Adrian Bauer erzählt von seiner persönlichen Erfahrung: „Im März 2016 erhielt ich eine Anfrage von meinem ehemaligen Arbeitgeber, einem großen Schweizer Glashersteller. Der Geschäftsführer war verzweifelt – das Unternehmen litt nach der Entkopplung des Schweizer Frankens vom Euro unter massiven Preiserhöhungen.“ Hier offenbarte sich der tiefere Grund: Während der Vertrieb seinerseits in einem passiven „Erhaltungsmodus“ verharrte, wurde die entscheidende Handlungsfähigkeit erst gar nicht entwickelt. „Das Potenzial der Firmen wird oft nicht ausreichend genutzt“, sagt Bauer.

Um dem Unternehmen zu helfen und einige der strukturellen Defizite zu beseitigen, entwickelte Adrian Bauer einen klar strukturierten fünfstufigen Plan. Binnen eines Jahres sollte dieser Prozess zur Verbesserung der Nettomarge und letztendlich zur Stabilisierung des Unternehmens führen.

Der erste Schritt bestand in einer detaillierten Analyse der Vertriebsdaten. Hierbei wurden nicht nur Umsatz- und Deckungsbeiträge betrachtet, sondern auch die Reklamationsquoten ausgewertet. Dies gab den Verantwortlichen ein präzises Bild der Schwachstellen. „Die Definition von klaren, messbaren Zielen war entscheidend für den Erfolg“, erklärt Bauer.

Den Vertrieb neu denken

Im zweiten Schritt fiel die Entscheidung zur Kategorisierung der Produkte und Kunden. So wurden A-, B-, und C-Kunden einfach und übersichtlich im CRM-System eingeordnet, sodass klar erkannt werden konnte, welche Kunden rentabel sind und welche nicht. Dies wiederum erleichterte die Fokussierung auf die Akquise profitabler Kunden.

Im Anschluss wurde auf Grundlage dieser Einteilungen ein klarer, messbarer Vertriebsprozess etabliert. Checklisten und

Richtlinien legten fest, wie Angebote erstellt wurden, und gewährleisteten Transparenz in der Kommunikation. Adrian Bauer setzt auf die Bedeutung der regelmäßigen Kommunikation und Schulung seiner Vertriebsmitarbeiter: „Um langfristig erfolgreich zu sein, benötigen sie regelmäßiges Coaching und gezielte Trainings.“

Nach 12 Monaten hat sich der Aufwand gelohnt: Die Nettomarge stieg um 17,8 Prozent, der Umsatz um 10,6 Prozent, während die Reklamationen um 14,3 Prozent zurückgingen. Die veränderte Ausrichtung zahlte sich aus: Der Anteil der C-Kunden sank auf unter fünf Prozent. Diese Fokussierung führte zudem zu einem besseren Arbeitsklima, da sich die Verhandlungen mit den A- und B-Kunden spürbar verbesserten.

„Der Erfolg war kein Zufall, sondern das Ergebnis durchdachter Strategien“, betont Adrian Bauer. Mit einem klaren Plan und der Fähigkeit, flexibel auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen, hat die ProjektBauer GmbH es sich zur Aufgabe gemacht, weiteren Unternehmen in der Branche zu helfen, den Sprung in die Digitalisierung zu schaffen und ihre Marktposition zu stärken.

Wer sich den Veränderungen der Branche anpassen möchte, findet bei Adrian und Oliver Bauer den richtigen Ansprechpartner. Ihre umfassenden Dienstleistungen, die von individuellen Workshops bis hin zu strategischen Beratungen reichen, sind darauf ausgelegt, Handwerkern neue Perspektiven und nützliche Strukturen an die Hand zu geben.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de