



Aftermarket Business ist Chefsache

Was Sie JETZT tun können

Das Ende vom Shutdown nach der Corona-Pandemie, die Wiederaufnahme der ersten Geschäftstätigkeiten liegt hinter uns. Ist Ihr Vertrieb auch in Sachen Aftermarket Business optimal ausgerichtet, **alle Services und Teile auch digital bestellbar**? Gut organisiertes **Aftermarket Business schafft Vertrauen bei Geschäftspartnern und generiert zumeist höhere Margen als Neugeschäft**. Zusätzlich resultiert Neugeschäft durch guten Service oftmals von allein. Denn, wer wechselt schon einen erfolgreichen Trainer aus? Lesen Sie, ob Ihr Vertrieb für das Aftermarket Business vorbereitet ist, oder was Sie ggf. noch optimieren können, um Kunden zu binden und zu gewinnen.

Nehmen wir ein einfaches Beispiel zum besseren Verständnis an, die Inspektion oder eine Reparatur Ihres Firmenwagens. Gewöhnlich sind Autos mit Verbrennungsmotor in maximal zwei bis drei Stunden gewartet. Gut organisierte Händler bieten dafür einen Abhol- und Bring-Service an, z.B. von / zu Ihrem Firmenparkplatz. Bei einem so kundenorientierten „Werkstattbesuch“ merken Sie gar nicht, dass Ihnen Ihr Auto mal kurz nicht zur Verfügung stand. Geht es Ihren Kunden genauso, wenn sie eine Wartung oder Reparatur durch Ihre Firma durchführen lassen? Lläuft die Produktion Ihres Kunden durch Ihren Service unbeeinflusst weiter?

Geht es bei Ihren Kunden um eine Fertigung, die mal zwei bis drei Stunden stillsteht, dann sind die Ausfallkosten zumeist erheblich höher als die resultierenden Servicekosten. Nur zwei bis drei Stunden Stillstand setzen aber voraus, dass der Lieferant gerade Zeit hat, alle erforderlichen Ersatzteile und Werkzeuge verfügbar hat und auch in der Nähe ist. Gut organisiertes Aftermarket Business zeichnet sich hingegen unter anderem durch proaktives Handeln aus, z.B. mit Angeboten an Service-Paketen. Am Ende schafft guter Service partnerschaftliche Geschäfte (und top Margen).

Fühlt sich Ihr Geschäftspartner wohl, d.h. er bemerkt Ihre Serviceleistungen gar nicht, dann wird er bei Neuanschaffungen auch nicht lange recherchieren und er wird Preise nur ggf. ein wenig vergleichen. Der Geschäftspartner schafft Produkte oder Dienstleistungen, wobei

er keine Zeit und Geld für Dinge verschwenden möchte, die nichts mit seiner eigenen Geschäftstätigkeit zu tun haben. Ist das Aftermarket Business einmal richtig etabliert, ist das Servicegeschäft mit dem Kunden verhandelt und beauftragt, dann kann das Aftermarket Business jahrelang diskret und beidseitig zufriedenstellend verlaufen. Aftermarket Sales and Services hört und sieht der Kunde nur dann, wenn er möchte und dafür wird gut, sehr gut bezahlt! Nachhaltiger und sehr guter Service lässt Vertrauen entstehen und spricht sich rum!

Fazit

Das Aftermarket Business im Unternehmen zu etablieren ist Chefsache.

Die Umsetzung von gutem Aftermarket Business ist professioneller B2B-Vertrieb. Das braucht wenige, aber motivierte Vertriebsprofis, die stets auch an **Cross-Selling** und **Upselling** denken. **Eine digitale Schnittstelle für Bestellungen uvm. ist für alle Kunden wichtig, bzw. state of the art.**

Wenn Sie Potentiale für Ihr Unternehmen erkannt haben, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung. JETZT ist die Zeit, das Aftermarket Business nachhaltigen zu etablieren / zu optimieren und Kunden Serviceleistungen zur unterbrechungsfreien Produktion anzubieten. Bieten Sie partnerschaftliches Vertrauen an. Es muss wachsen und verbindet im Laufe der Zeit.

Das Coronavirus zeigte uns, wie wichtig und wertvoll z.B. systemrelevante Lagerhaltung ist (z.B. Schutzkleidung). Über viele Wochen fehlten im Hightech-Land Deutschland Schutzmasken, auch und insbesondere Schutzausrüstung für alle medizinischen Helfer. Eine nationale ad-hoc Produktion von einfachen Schutzmasken gestaltete sich scheinbar schwieriger als gedacht. Ein angemessener Grad an Globalisierung und JIT-Fertigung sind gut und wichtig, aber nicht die Lösung aller Probleme. Haben Sie bereits „Renner“ und besonders wichtige, selten gebrauchte Komponenten und Ersatzteile 24/7 verfügbar, online bestellbar und sofort lieferbar?

Vertriebshygiene® ist eine eingetragene Wortmarke