



ÖSTERREICH'S INSIDERBLATT FÜR DIE ELEKTROBRANCHE
Ausgabe 10/2021



DROHT DER KOLLAPS?

GESUCHT. NICHT GEFUNDEN.

Der Arbeitskräftemangel in Österreich hat einen Rekordwert erreicht – massiv betroffen ist auch der Elektrohandel. Es fehlt an allen Ecken und Enden, von Fachkräften bis hin zu Lehrlingen. Experten warnen vor einer „Ausbildungskatastrophe“ und mahnen die Politik zu handeln. Anlass zur Hoffnung geben die Leistungen bei der Berufs-EM.

EUROSKILLS 2021

Österreich im Goldrausch

OPULENTE BÜHNE

Bosch und Siemens zeigen's im Web

ELECTRONICPARTNER INFOTAGE

Alles im grünen Bereich

NEXT GENERATION TV

ORS macht Fernsehen zukunftsfit

RED'S MIT'NAND

Red Week mit Branchentalk

VARTA-RELAUNCH

„Kein Larifari-Thema“

EXPERT IM HERBST

Noch einmal virtuell

KITCHENAID

Auf der Suche

ANTON PILZ

„Wir übernehmen Verantwortung“

RUDOLF HAPPL

Evolution bei MLINE

UNTERNEHMENSBERATER HANNES KATZENBEISSER IM INTERVIEW

Lernen von Amazon & Co

Als Elektrofachhändler war er zur Jahrtausendwende einer der ersten mit eigenem Onlineshop. Mit seinem Zwei-Preis-System und den ersten Markenshops auf Geizhals.at weckte er damals das Interesse von Industrie und Kollegenschaft. Heute gewinnt er weltweit die Essenzen der Digitalisierung im Verkauf und als Trainer ist er bereits in die „Top 100“-Liga Europas aufgestiegen.

TEXT: Redaktion | FOTOS: Hannes Katzenbeisser Academy | INFO: www.hanneskatzenbeisser.com



Hannes Katzenbeisser bei Amazon in New York: Seit Jahren studiert er die Werkzeuge der erfolgreichsten Unternehmen der Welt & gibt seine Erkenntnisse branchenübergreifend weiter.

Die ersten LIVE-Seminare hat er nach hunderten Stunden in den Webinaren der letzten Monate schon wieder hinter sich und die Aufträge bei nationalen und internationalen Händlern, Dienstleistern sowie Konzernen aus verschiedensten Branchen sprechen für sich. „Hannes Katzenbeisser sagt, was er macht und macht, was er sagt“ ist wohl die treffendste Aussage über den ehemaligen Elektrofachhändler, übrigens aus dem Mund einer der laut dem Magazin „Erfolg“ einflussreichsten Persönlichkeiten Deutschlands, und zwar Online-Spezialist Andreas Bäuerlein. Auf die aktuellen Omni-Channel-Pläne vieler Unternehmen angesprochen, erscheint ein kurzes Schmunzeln in Katzenbeissers Gesicht: „Wenn man einen Zug einholen will, der bereits volle Fahrt aufgenommen hat, sollte man alle Weichen kennen und seine Beine niemals aus den Augen lassen!“

Omni-Channel-Strategien sollten in jedem Unternehmen implementiert sein. Seit fast zwanzig Jahren!

Hannes Katzenbeisser

FLASCHENHALS POS

Den meisten Unternehmen fehle ein klarer Masterplan, so Katzenbeisser, und er führt weiter aus: „Die Aufgabe eines

Fachhändlers sollte doch nach wie vor sein, die eine, perfekte, beste Lösung herauszufinden, mit der die Lebensqualität des Kunden maximal verbessert werden kann!“ Und obwohl das so einfach wäre, konzentrieren sich die meisten auf die Möglichkeiten der Digitalisierung, investierten in Omni-Channel-Strategien und Online-Shopping, um gleichzeitig die größte Schwachstelle im Elektrofachhandel zu vergessen. „Die meiste Energie im Fachhandel geht nach wie vor am POS verloren!“ Es sei der Schnittpunkt, an dem der Kunde mit seiner Erwartungshaltung auf den Mitarbeiter treffe. Ab dann dauere es zirka 7 bis 10 Sekunden, in denen die Weichen für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch gestellt würden. Und dies belegt Katzenbeisser nicht nur mit internationalen Studien, sondern mit seinen Erkenntnissen aus den verschiedensten Branchen weltweit. „Wenn es Unternehmen wie Amazon mit seinen Shops schafft, ohne Personal ein Einkaufserlebnis zu ermöglichen und den Kunden auf den Punkt abholen kann, wie groß ist erst die Chance für Fachhändler, wenn sie dieses Wissen gepaart mit ihrer persönlichen Kompetenz zum Einsatz bringen“, bezieht sich Katzenbeisser auf das voranschreitende Rollout der stationären Outlets von

Online-Giganten. Anstatt sich blindlings den Verlockungen der Digitalisierung hinzugeben, empfiehlt Katzenbeisser den Blick über den Tellerrand. Ein Tag strategisches Denken bringe dabei mehr als 30 Tage harte Arbeit. Und dieses Denken müsse keineswegs in Seminaren oder Workshops stattfinden. „Bei meinen Reisen rund um den Globus nutze ich jede Gelegenheit, um die Trends der Giganten zu erkennen und daraus die Essenzen für meine Kunden zu gewinnen“, berichtet Katzenbeisser von seiner Vor-Ort-Analyse der ersten Amazon-Stores in New York. Das sei „effizienter und inspirierender, als die Gespräche mit Menschen, die Weltanschauungen teilen, ohne sich die Welt je angesehen zu haben“, lacht Katzenbeisser. „Es gibt hierzulande Firmen, die stecken Millionen in die Werbung, um die Kunden dazu zu bringen, mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten und dann wird man schon am Telefon aufgefordert, später wieder anzurufen, oder beim persönlichen Erstkontakt mit einem Mitarbeiter ersucht, eine E-Mail zu schreiben.“

Wer die Werkzeuge des digitalen Zeitalters nicht kennt, kann sich in den Weichen der Digitalisierung herrlich verlieren und gleichzeitig von der Last der Verantwortung befreien.

Hannes Katzenbeisser

Warum nach wie vor so großer Nachholbedarf in Marketing und Verkauf im Elektrofachhandel existiere, ist für Katzenbeisser transparenter denn je. „Es ist nur allzu verlockend für Theoretiker, sich im Nirvana der digitalen Möglichkeiten und Trends auszutoben“, meint Katzenbeisser und bezieht sich dabei auf viele Strategien und Entscheidungsträger. „Es ist immer leichter, an Schrauben zu drehen, deren Wirkung unbekannt ist und deren Folgen nicht auf einen selbst rückvollziehbar sind, als an der Schraube Mitarbeiter zu drehen, deren Wirkung direkt zuordenbar ist“, sieht Katzenbeisser das Übel der Stunde. „Wenn du als Unternehmer nicht mehr an die Kraft und Macht deiner Mitarbeiter an der Front glaubst, woran sollen deine Mitarbeiter dann noch glauben?“

RAUS IST AUS

Wer schon einmal eines der WOW-Effekt-Seminare besucht hat, wird diesen Satz schon gehört haben: „Wenn Menschen mit nur einem Klick ihre Kaufentscheidung treffen können, mit nur einem Klick eine Retoure abwickeln können und mit nur einem Klick bei der Bewertungsplattform über Gedeih und Verderb des Händlers entscheiden können, warum sollten die Menschen dann im Laden eine zweite Chance gewähren wollen?“ Das dies illusorisch sei, ist vielen Verkäufern leider noch immer nicht bewusst. „Ich werde nie vergessen, wie mir Teilnehmer berichteten, dass der von der Zentrale organisierte Trainer der Industrie den Verkäufern gesagt hätte, es sei nicht wichtig, den Kauf abzuschließen“, erzählt Katzenbeisser, „sondern nur wichtig ist, alle Informationen inklusive Unterlagen dem Kunden zu liefern, damit sich dieser ‚in Ruhe daheim entscheiden‘ kann!“ Da höre bei Katzenbeisser der Spaß auf, wenn er merke, dass man Menschen an der Verkaufsfreund für blöd verkauft. Und Katzenbeisser geht hier im Interesse der Mitarbeiter und Unternehmen hart ins Gericht: „Ich sehe es als eine Art unterlassene Hilfeleistung, die Speerspitzen des Verkaufs nicht bestmöglich auszubilden und nicht mit den effizientesten Waffen für das Verkaufen im digitalen Zeitalter auszustatten.“

Spitzenverkäufer sind wahre Brandstifter der Emotionen! Und dafür brauchen sie die richtige Bühne.

Hannes Katzenbeisser

Wer 2021 noch immer nur nach Produktgruppen sortiert präsentiert, war scheinbar noch nie bei IKEA.

Hannes Katzenbeisser

STRATEGIEN UND TIPPS

„Immer wieder Neukunden zu generieren und nicht zu binden, ist nach wie vor der teuerste und noch dazu schwierigste Weg“, ist Katzenbeisser felsenfest überzeugt. Heute gehe es darum, die richtigen Erkenntnisse aus dem inzwischen kurzlebigen Wissen zu gewinnen und sofort umzusetzen. „Alleine im Amazon 4 Star-Store in New York habe ich mehr als 20 WOW-Effekte aus Marketing und Verkauf gesehen, die meine Kunden bereits erfolgreich umsetzen!“

Im digitalen Zeitalter gehe es darum, das Interesse der Kunden mit Methoden aus dem Neuromarketing zu wecken. Diese „Affenfäuste“ seien „das Gold der Online-Giganten“ und könnten von jedem Fachhändler und Dienstleister genau so angewendet werden. „Und dann braucht es nur noch die richtige Bühne für Verkäufer, Präsentationen, die Blockbustern gleichkommen und emotionale Erlebnisse, von denen der Kunde nicht einmal zu träumen gewagt hätte. Es ist die Strategie der Spezialisten, die motiviert und mit Begeisterung ihre Tätigkeit nicht als Arbeit sehen, weil sie lieben, was sie tun“, so der Verkaufs-Prof.

DREI WOW-EFFEKTE FÜR DIE SOFORTIGE UMSETZUNG



DER ANDORRA-EFFEKT

Menschen passen sich oft an die Beurteilungen und Einschätzungen der Gesellschaft an, unabhängig davon, ob diese ursprünglich korrekt gewesen sind oder nicht! Alleine 3 Referenzen können die Kaufhäufigkeit um 50% steigern. Es gilt, „über Zeugen zu überzeugen“. In vielen Branchen ist dieser Effekt bereits für den überwiegenden Teil der Kaufentscheidungen verantwortlich. Während manche Händler unter diesem WOW-Effekt bei den Bewertungen auf verschiedensten Plattformen wie Geizhals, Facebook oder Google „leiden“, nutzen ihn viele andere bereits erfolgreich in ihren Unterlagen, ihrem Online-Auftritt oder bei der Präsentation ihrer Waren und Dienstleistungen.



DER TREUE-EFFEKT

Ziel ist es, den Kunden zu belohnen und langfristig an sich zu binden! Bonuspunkte-Systeme, die zu erfüllen sind, können wahre Wunder wirken. Die Online-Giganten, Flugmeilen-Sammel-Systeme und Kreditkartenkonzerne machen es unmissverständlich vor. Das alleinige Sammeln ist allerdings zu wenig: Setzt der Kunde eine Zeit lang aus, gibt es Abzüge oder das klare „Zurück an den Start“, denn Treue muss gelebt werden.



DER LOSS-AVERSION-EFFEKT

Die Verlustangst tritt nicht nur ein, wenn der Kunde etwas bereits besitzt, sondern auch, wenn er nur glaubt etwas zu besitzen! Die Frage ist: Was verliert der Kunde, wenn er nicht kauft? Wie können wir mehr Verlustängste hervorrufen? Dieser WOW-Effekt wird beispielsweise auch bei Produkten wirksam, die im Onlinewarenkorb liegen oder auf die Retoursendung zu Hause warten. Mögliche ‚Verluste‘ haben eine größere Bedeutung, als nur mögliche ‚Gewinne‘.

19. NOVEMBER 2021, 9 BIS 17 UHR, HOTEL MELIA, WIEN



Hannes Katzenbeisser
Unternehmensberater | Verkaufsprofi



Sabine Hübner
Service-Performance-Beraterin Hochschuldozentin
Autorin



Peter Berger
Vertriebsexperte | Coach | Autor



Andreas Buhr
Unternehmer | Redner | Autor



Martin Limbeck
Management- & Verkaufstrainer Unternehmer | Autor



Moritz Hüllebrand
(aka Maurizio Nuzzaci)
Star-Trainer für (fast) Alles

KATZENBEISSER ERÖFFNET KEYNOTES

Die Rednerliste bei Österreichs „Kongress für Vertrieb & Führung 2021“ liest sich wie das ‚Who is Who‘ der europäischen Top-Speaker. Neben Granden

wie Andreas Buhr und Martin Limbeck, die in Deutschland Hallen mit zigtausenden Menschen füllen, wird Hannes Katzenbeisser zum Besten geben, wie man Amazon & Co die rote Karte zeigt.

ALLE 52 WOW-EFFEKTE
FINDEST DU IN DER KOSTENFREIEN
SALESBUTLER®-APP!

WWW.SALESBUTLER.APP



www.hanneskattenbeisser.com/presse