

Das tesa FIVE STAR-Konzept für Distributoren – Selling the Real Added Value

Wie kann der Wert einer starken Marke im Kundengespräch messbar gemacht werden?



Marketing und Vertrieb haben bei tesa das Five Star Konzept gemeinsam entwickelt. So ist es gelungen, die 5 wichtigsten Leistungsbestandteile für seine Händler zusammenzufassen und in ein umsetzbares Vertriebskonzept umzusetzen.

Die tesa AG ist einer der weltweit führenden Hersteller selbstklebender Produkt- und Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Konsumenten. 125 Jahre Erfahrung in der Beschichtungstechnologie sowie der Entwicklung von Klebmassen und innovativer Produktlösungen haben das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg in vielen Anwendungsbereichen in die Spitzengruppe des Weltmarktes geführt. Die mehr als 6000 von tesa entwickelten und produzierten Produkte werden in über 100 Ländern vermarktet. Dabei erzielt das Unternehmen mehr als Dreiviertel seines Gesamtumsatzes mit speziellen Systemlösungen für Industriekunden und sorgt in zahlreichen Branchen dafür, dass Kosten gesenkt, Prozesse optimiert und so die Endprodukte verbessert werden.

Und um genau diese Mehrwerte für Händler greifbar zu machen und die Marktposition von tesa zu festigen bzw. auszubauen, wurde das 5-Star Konzept entwickelt.



1. Die Marke tesa



**2. Modernste Technologie
und hohe Qualität**



**3. Schnelle und zuverlässige
Logistik und Lagermanagement**



**4. Innovative Marketing &
Vertriebsunterstützung**



**5. Persönliche
Vor-Ort-Beratung**

Mit dem 5 Star Konzept werden dazu die wichtigsten Vorteile einer Zusammenarbeit mit tesa aus Händlersicht zusammengefasst:

1. die Bekanntheit der Marke tesa,
2. die sehr hohe Qualität durch den Einsatz modernster Technologie,
3. das schnelle und zuverlässige Logistik-System,
4. die innovative Marketing- und Vertriebsunterstützung und
5. die persönliche Vor-Ort-Beratung.

Das darauf aufbauende 5 Star Vertriebstool bietet im Kundengespräch die Möglichkeit, den jeweiligen Mehrwert mit dem Händler gemeinsam zu erarbeiten.

Die Werttreiber

Welchen Mehrwert hat ein Händler, wenn er tesa anstelle eines anderen Lieferanten anbietet? In einem ersten Schritt wurden Hypothesen formuliert und ausgewählte Händler in mehreren Ländern nach Ihren Erfahrungen und Einschätzungen befragt.

Der Mehrwert für den Händler liegt in zwei Bereichen: im Vergleich mit anderen Herstellern

- entstehen ihm durch die Zusammenarbeit mit tesa weniger Kosten und/oder
- er kann sein Umsatzvolumen durch bessere Verkaufspreise oder durch den Verkauf zusätzlicher Produkte erhöhen.



Abb. 1: Den Mehrwert im Dialog ermitteln

Exemplarisch ein Ergebnis der Händlerbefragung

Die reinen Bearbeitungskosten einer qualitätsbedingten Reklamation für einen Händler werden mit 80-120 € beziffert. Hinzu kommen nicht nur Transport-, Verpackungs- und Materialersatzkosten, sondern vor allem Kosten für zusätzliche und ungeplante Außendienstbesuche. Einem Händler können auf diese Weise im Jahr Kosten in Höhe von mehreren Tausend Euro sowie Umsatzverluste durch unzufriedene Kunden entstehen. Sollte einem Händler in diesem Mehrwertgespräch z.B. der Wert seiner individuellen Reklamationskosten nicht bekannt sein, sind automatisch die Referenzwerte der Befragungsergebnisse hinterlegt.

Durch die nachgewiesene Qualität von tesa spart der Händler genau diese „versteckten“ Kosten ein und vermeidet weitere Risikopotenziale für seine Umsatzentwicklung.

Zielsetzung der 5 Star „Real Added Value Calculation“

Der Händler erarbeitet im Dialog mit dem tesa-Berater seinen individuellen Mehrwert selbst. Mit Hilfe des Tools hat er bereits zum Gesprächseinstieg die Möglichkeit, die Performance von tesa einzuschätzen und mit seinem aktuellen Lieferanten zu vergleichen.

Weiterhin kann der Händler seine „versteckten“ Kosten und Risikopotenziale mit dem Tool besser bewerten und die Vorteile von tesa als Premiumanbieter noch deutlicher sehen. Denn globale Aussagen wie „bessere Qualität“ oder „schnellere Lieferung“ helfen ihm in dieser Situation wenig. Das 5 Star-Mehrwert-Kalkulations-Tool macht die „wahren“ Angebote transparent vergleichbar.

Fazit

Das von Mercuri in intensiver Zusammenarbeit mit den tesa Verantwortlichen aus Marketing & Vertrieb entwickelte und bis heute mit Hilfe von mehreren Trainings in fast ganz Europa implementierte Konzept ist eine wesentliche Säule, die Positionierung von tesa weiter voranzutreiben.