

# Erfolgreiche Positionierungen für Elektroinstallateure

Kunden kommen von selbst, und die Preise für die verkauften Produkte sowie Dienstleistungen sind hoch – diese Situation ist für viele KMU-Unternehmer nur Wunschdenken.

Viele kleine und mittlere Unternehmen in der Elektrobranche klagen über abwandernde Kunden und zunehmenden Preisdruck. Einen direkten Zusammenhang mit den beiden Themen hat die Positionierung. Der Unternehmercoach Martin Aue hielt für Wago an den diesjährigen eev Regiotagungen ein Referat mit dem Titel: «Hausautomation als Alleinstellungsmerkmal – Erfolgspositionierung für Elektriker». Die eev hat sich mit dem Spezialist für KMU-Marketing unterhalten.

## Wie wird ein Unternehmer in seinem Betrieb auf das Thema Positionierung aufmerksam?

Wer Offerten schreibt und die Aufträge nicht erhält, ist schlecht positioniert. Ich lerne immer wieder Unternehmer kennen, die den lieben langen Tag rechnen und sich mit einer miserablen Offertabschlussquote von 10–20% abgeben müssen. Mit einer guten Positionierung sind aber Abschlussquoten von weit über 50% möglich. Im Vorher-Nachher-Vergleich erlebe ich oft Veränderungen auf einen doppelt so hohen Wert. Auch ein Hinweis auf ein Positionierungsproblem ist, wenn Unternehmer Mühe haben, ihre Preise durchzusetzen. Sowohl tiefe Offertabschlussquoten als auch Preisdruck sind Zeichen von Vergleichbarkeit und diese wiederum, ist das Gegenteil von Positionierung. Wer gut



positioniert ist, hebt sich von seinen Mitbewerbern ab und das – hier sind wir beim entscheidenden Punkt – aus der Sicht seiner Kunden.

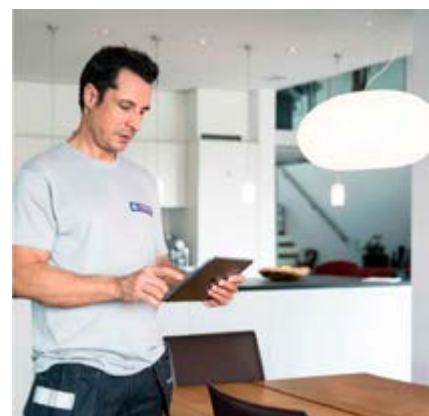
## Warum ist die Positionierung für KMU wichtiger als bei Grossunternehmen?

Grosse Marktteilnehmer können sich schon rein durch die Grösse positionieren. Und wenn keine Alleinstellung möglich ist, kann viel Werbedruck den gleichen Effekt haben. Das Resultat ist, dass Interessenten in einem Bereich fast nicht um einen bestimmten Anbieter herumkommen. Als KMU gibt es eigentlich nur den Weg der Spezialisierung. Es geht darum, dass man in einem ganz bestimmten Markt oder mit einer ganz bestimmten Dienstleistung sagt: Hier sind wir stark und machen es anders als alle anderen. In dieser Nische kann sich das Unternehmen dann breit machen. Das Resultat ist ein höheres Preisniveau beziehungsweise weniger Rabatte sowie spezifischere Anfragen von Kunden.

## Was ist die Schwierigkeit an einer Spezialisierung?

Das Problem ist, dass viele Angst haben, Kunden zu verlieren, wenn sie sich auf bestimmte Bereiche oder Themen spezialisieren. Das Gegenteil ist aber der Fall. KMU's verlieren Kunden, wenn sie sich nicht von ihren Mitbewerbern abheben. Viele Alleskönner machen vergleichbare Angebote. Für den Kunden sind solche Gemischtwarenläden schwer zu unterscheiden. Und weil die Argumente für oder gegen den einen oder den anderen fehlen, vergleicht der Interessent über den Preis. Diese Situation zeigt

«Eine gute Positionierung erhöht die Offertabschlussquote.» sagte Unternehmercoach Martin Aue an den Regiotagungen 2017.



Der Bereich Hausautomation ist eine gute Möglichkeit um sich von den Mitbewerbern abzuheben.

sich schon seit längerer Zeit. In den letzten Jahren kamen aber noch folgende Faktoren dazu, die das Vergleichen noch einfacher machten: Die Globalisierung sowie die Internetnutzung der Kunden.

## Neu: Kostenlose Schulung für Elektriker

Gebäudeautomation ist nachhaltig, energieeffizient und steigert den Komfort. Aus diesem Grund ist Home Automation eine Chance für Elektriker und eignet sich hervorragend für eine Spezialisierung. Neu von Wago für Elektriker: Kostenlose easyHOME Schulung im Betrieb Wert von CHF 300.–. Gutschein erhältlich auf [www.wago.ch](http://www.wago.ch) (Angebot gültig bis 31. März 2017)

### Kontakt:

WAGO Contact SA, 1564 Domdidier  
Tel. 0840 200 750 Fax 026 676 75 01  
[info.switzerland@wago.com](mailto:info.switzerland@wago.com), [www.wago.ch](http://www.wago.ch)

