

# Neue Wege der Kundengewinnung

Mit dem im Herbst des vergangenen Jahres gestarteten Full-Service-Center in Baunatal bei Kassel erhalten die Mitglieder der **OfficeStar**-Händlergruppe ganz neue Möglichkeiten der Kundenbetreuung und -gewinnung. Auch die Lieferanten können entscheidend davon profitieren.

**Das Management-Team** der OfficeStar-Gruppe mit Stefan Doorn, Thomas Grzanna und Andre Heemeyer beschäftigt sich schon lange mit dem Thema, wie die Vertriebsarbeit der Mitglieder hin zum Endkunden qualifiziert unterstützt und optimiert werden kann. Als zentraler Baustein dafür wurde Telefommarketing definiert. Seit Herbst des vergangenen Jahres können die Mitglieder das ausgereifte Konzept des Full-Service-Center (FSC) und damit das in Baunatal etablierte Call-Center mit derzeit acht Mitarbeitern nutzen. Die umfassend auch in puncto Warenkunde und Wettbewerb geschulten so genannten Kundenkontaktmanager (KKM's) unterstützen den Vertrieb der Mitglieder gezielt und sprechen die Endkunden im Namen des jeweiligen OfficeStar-Händlers an. „Ein ganz wichtiger Punkt“, bestätigt Thomas Grzanna, Sprecher der Gruppe. Die vergangenen Monate wurden zudem für intensives Coaching und Feinjustierung der Call-Center-Mitarbeiter genutzt, so dass inzwischen quali-



*Optimale Voraussetzungen geschaffen: das Full-Service-Center der OfficeStar-Gruppe in Baunatal bei Kassel als professionelle Call-Center-Lösung*

tativ hochwertige Kundenkontakte garantiert sind. Jeder KKM agiert dabei quasi als Mitarbeiter des Händlers, wobei die OfficeStar-Mitglieder keinen Aufwand bei der Aus- und Weiterbildung übernehmen müssen. „Das FSC führt die Schulungen und Trainings für das Team wie auch bei Bedarf für Mitarbeiter des Mitglieds durch“, nennt Andre Heemeyer einen wichtigen Faktor des Konzepts.

Die OfficeStar-Mitglieder haben mit dem FSC die Möglichkeit, aus verschiedenen, klar definierten Modulen ihre individuellen Kampagnen selbst zu bestimmen, zusammenzustellen, zeitlich zu terminieren und auch mit eigenen Online- und Print-Aktivitäten zu verzehnen. Von den KKM's werden dann gezielt Neukunden akquiriert, Schlummerkunden reaktiviert oder

Bestandskunden betreut und weiterentwickelt. Individuelle Aktivitäten können aus einem definierten Menü ausgewählt werden, die Abwicklung erfolgt anschließend nach klar festgelegten Kriterien. Dies geht so weit, das beispielsweise auch eine individuelle Preisgestaltung nach Sortimenten und Regionen jederzeit möglich ist. „Diese Flexibilität ist ganz entscheidend und ein echter Erfolgsfaktor“, bestätigt Stefan Doorn.

## Perspektiven für die Lieferanten

Neben den OfficeStar-Mitgliedern stehen das FSC und das dahinterstehende Konzept künftig auch Lieferantenpartnern der Gruppe zur Verfügung. Hersteller haben



*Im Full-Service-Center sind derzeit acht Mitarbeiter beschäftigt.*

so die Möglichkeit, gezielt Kampagnen in Richtung Endkunde qualifiziert und ohne Streuverluste durchführen zu lassen. „Ganz wichtig dabei ist die verbindliche Umsetzung der zentral gecoachten Kampagnen – und dies mit Auswertungen entsprechend der Vorgaben der Industrie“, nennt Thomas Grzanna einen der wesentlichen Vorteile. Die Produktebindung in Kampagnen sei für ein Jahr gewährleistet. Dies wäre beispielsweise perfekt bei der Einführung neuer Produkte, wobei auch hier die zentrale Schulung der KKM's in Richtung Produktvorteile bzw. für die Erstellung eines Argumentationsleitfadens genutzt werden könnten. So könnten zudem bestimmte Sortimente forciert werden; auch durch die Einbindung von Marketingmedien wie Produktvideos in den virtuellen Showroom. Ganz wichtig seien zudem die exakte Messbarkeit, das professionelle Reporting sowie der Erfahrungstransfer „zentral über die gesamte Marketinggruppe“.

Mitte Januar wurden das Konzept und die damit verbundenen Möglichkeiten einer ersten Gruppe von Lieferanten am FSC-Sitz in Baunatal präsentiert. Bei Jürgen Walker vom Aktenvernichter-Hersteller HSM hat die „professionelle und extrem gut und detailliert organisierte Call-Center-Lösung“ einen sehr positiven Eindruck hinterlassen. „Für die Teilnehmer der OfficeStar-Gruppe genau das richtige Tool, zielgerich-

The screenshot shows the OfficeStar software interface with the following sections:

- OfficeStar EUROPE** logo
- 4. Möglichkeiten des FSC** (Section title)
- OfficeStar-Händler ÜBERSICHT KAMPAGNEN** (Section title)
- ADRESSESELEKTION** (Address Selection) grid table:

| KAMPAGNEART                        | BORTIMENT   | NEUER KONTAKT /<br>PORTFOLIOMITGLIED | BESTAND HÄNDLER |
|------------------------------------|-------------|--------------------------------------|-----------------|
| Neukunden-Häufige                  | PBS         | ✓                                    | (✓)             |
| Bestandskunden-<br>Gewinnung       | PBS         | ✓                                    | ✓               |
| Bestandskunden (PBS)               | Wiederholer | ✓                                    | ✓               |
| Bestandskunden (PBS) -<br>Pflege   | Technik     | ✓                                    | ✓               |
| Neukunden-Häufige                  | Wiederholer | ✓                                    | ✓               |
| Neukunden-Häufige<br>PBS-Opti-Pass | Technik     | ✓                                    | ✓               |
| Neukunden-Häufige<br>Key Account   | N/A         | ✓                                    | ✓               |
| Technikmarken-<br>Reaktivierung    | PBS         | —                                    | ✓               |

- BEARBEITUNGSMÄRKT** (Editing Options) grid table:

| DETAL                                   | WORKFLOW  | KOM-<br>SOLD | TANDEM | VERS-<br>GABE |
|---|-----------|--------------|--------|---------------|
| Fokusgruppe<br>Shop                     | Kampen 1  | ✓            | ✓      | ✓             |
| Erweiterte<br>Fokusgruppe<br>Hausmarken | Kampen 2  | ✓            | ✓      | —             |
| Produkt-<br>Gesamtfeld                  | Kampen 3a | —            | ✓      | ✓             |
| Gesamtfeld<br>Gesamtfeld                | Kampen 3b | —            | ✓      | ✓             |
| Produkt-<br>Gesamtfeld<br>Gesamtfeld    | Kampen 4a | —            | ✓      | ✓             |
| Gesamtfeld<br>Gesamtfeld<br>Gesamtfeld  | Kampen 4b | —            | ✓      | ✓             |
| Der<br>ADCCat Service                   | Kampen 5  | —            | ✓      | ✓             |
| Übernahme<br>Bestände                   | Kampen 6  | ✓            | ✓      | ✓             |

- FSC-Wunsch –  
Artikelbeschreibungen** (FSC Wish – Article Descriptions) and **FSC-Wunsch – Warengruppen  
aus Katalog als Einzel-PDFs** (FSC Wish – Product Groups from Catalog as Individual PDFs) buttons.

**Flexibilität als  
Erfolgsbaustein:  
Das FSC-Konzept  
bietet viele Möglich-  
keiten, Kampagnen  
zum Kunden hin zu  
initiiieren.**

tet schlafende und neue Kunden zu aktivieren. Ich bin überzeugt, dass dies Inhouse bei vielen Händlern durch die Einflüsse des Tagesgeschäfts so nicht mögliche wäre“, betont Walker, der durchaus auch für die Industrie Chancen sieht, „die Marke näher an den Endkunden zu bringen“. Auch Andreas Lohmann, Vertriebsleitung Orbis-Partner in Duisburg, hat das bis in alle Details durchgeplante Konzept überzeugt: „Für Lieferanten, die eine bestimmte Produktgruppe und für Händler selbst, die ihr Unternehmen nach außen tragen wollen, ist dies eine sehr gute Möglichkeit, erfolgreich am Markt zu agieren.“ Dies bestätigt auch Benjamin Albrecht vom Planungsmittel-Spezialisten Bi-Silque: „Diese Form der Akquise erlaubt es dem Händler, in seinem Gebiet exakt seine Vorteile gegenüber Wettbewerbern

steigern.“ Eindeutig positiv sieht es auch Stefan Hammer, Key Account Manager PBS bei Staedtler: „Das FSC ist ein zeitgemäßes, innovatives und überzeugendes Konzept zur B2B-Marktbearbeitung. Vor allem durch den Fokus auf die intensive, persönliche Kundenansprache, als einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im Vertrieb, sehe ich hier großes Potenzial sowohl für die teilnehmenden OfficeStar-Mitglieder als auch für die Lieferanten. Inwieweit hier eine Kooperation für Staedtler in Frage kommt, werden wir in Ruhe prüfen.“ Für das OfficeStar-Management-Team ist die positive Resonanz Ansporn genug, die nächsten Schritte zu meistern. Im Laufe des Jahres wird damit gerechnet, dass nahezu alle der derzeit 26 Mitglieder das FSC intensiv nutzen werden.

[www.officestar.de](http://www.officestar.de)



Interessierte Gäste: Industrievertreter bei der Präsentation Mitte Januar in Baunatal

