

Emmerich Exklusivbrillenagentur/BGW

Der Kunde ist König?

Mehrere Millionen Euro stellt die EU für Arbeitsplatzförderungsmaßnahmen zur Verfügung. Diese Mittel werden von den einzelnen Bundesländern unterschiedlich genutzt. Das Land NRW gibt mittelständischen Betrieben die Möglichkeit, die sogenannte Potentialberatung durchzuführen – zur Hälfte von der EU und dem Land NRW gesponsert. Das Land ist der Meinung, dass mittelständische Betriebe als Arbeitgeber gestützt und gefördert werden sollten.

Holger Emmerich gehört zu den mittelständischen Unternehmen, die es nicht ‚einfach laufen lassen‘. Seine Aussage, er wolle ‚Partnerschaft mit den Kunden‘ ist keine leere Phrase. „Aber die Partnerschaft erwarte ich auch mir gegenüber. Meine Kunden sollen mir helfen, ‚unsere Sache‘ zu verbessern, so dass sie dadurch einen erhöhten Kundennutzen haben“. Um herauszubekommen, wo es in seiner Firma eventuell hakte oder um sich in seiner Arbeit bestätigt zu se-

hen, ließ er eine Potentialberatung durchführen. „Die BGW ist seit Jahren bekannt in der Branche,“ bestätigt Emmerich das, was Sie als Leser des AUGENOPTIKERS wissen. „Zusammen mit Hartmut Melzer entwickelten wir Fragen, die wir beantwortet haben wollten. Per Zufallsgenerator wurden dann 500 Adressen ausgewählt und wir hatten eine enorm hohe Rücklaufquote von 22 Prozent. Das kann natürlich auch an dem ausgeschriebenen Preis gelegen haben.“

Ferrari/Lamborghini

Auf Anraten der BGW wurde ein Inzentiv ausgeschrieben, das wirklich locken konnte. Holger Emmerich versprach eine Stunde Probefahrt in einem Ferrari oder Lamborghini, zusammen mit einem Instrukteur. Um genau zu wissen, was er denn da auslobte, ‚opferte‘ sich Emmerich für die erste Fahrt

Da die Rücklaufquote – auch für die BGW überraschend – so hoch war, erhöhte Emmerich sofort

auf drei Preise gleichen Inhalts. „Das war eine sehr gute Resonanz“, bestätigt auch Hartmut Melzer. „Wir erreichen bei unseren Befragungen eigentlich immer eine Resonanz von 15 Prozent, was auch schon ganz ordentlich ist. 22 Prozent ist eine gewaltige Zahl.“

Limitierter Fragenkatalog

Die Befragung ist anonym. Lediglich auf dem letzten Blatt ist ein Adressabschnitt für die Verlosung vorgesehen. Die BGW garantiert, dass dieser Abschnitt noch vor einer Auswertung separiert wird und lediglich bei der Verlosung dann namentlich eine Rolle spielt.

Die Fragen sind in ihrer Zahl einem Limit unterworfen, auch wenn der Kunde noch sehr viel mehr wissen möchte. „Bei Pasantenbefragungen können wir im Rahmen eines lockeren Gesprächs circa 20 Fragen stellen. Sind es mehr, bricht der Befragte in der Regel das Interview ab. Wir legen großen Wert auf ein optimales Interview, deshalb müssen die Fragen sehr gut ausgearbeitet werden.“ Hier muss der Kunde einfach auf das Know how der BGW vertrauen. Trotzdem werden die Fragen immer mit dem Kunden genau abgesprochen.



Holger Emmerich 'opferte' sich für die Testfahrt



Holger Emmerich



Hartmut Melzer

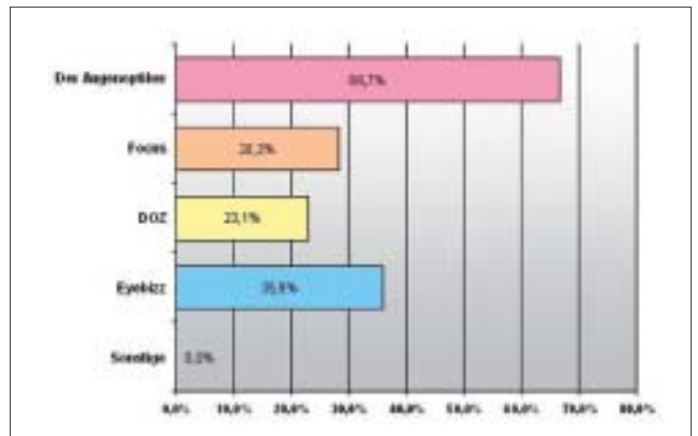
„Im Falle Emmerich haben wir die Kunden als Experten im Zusammenhang mit Brillenlieferanten betrachtet“, erläutert Hartmut Melzer. „Ziel war zu befragen, welche Anforderungen die Leute ganz grundsätzlich an die Zusammenarbeit mit einem Fassungslieferanten stellen und wie die Firma Emmerich dem gerecht wird. Da gibt es in der Gegenüberstellung anschließend auf der einen Seite das Anforderungs- und auf der anderen Seite das Erfüllungsprofil. In einer ganz einfachen Grafik kann man dann auf einen Blick sehen, wo es eventuell hakt oder ‚übererfüllt‘ wird.“

Interessant in diesem Fall auch die Frage nach der Fachpresse. Es wurde gefragt ‚Haben Sie schon einmal Anzeigen von uns gesehen und wenn ja wo?‘ Gutes Ergebnis für die Leser des AUGENOPTIKERS. Obwohl in einem anderen Magazin mehr Anzeigen erschienen sind, waren 66,7 Pro-

zent der Befragten ganz offensichtlich durch Anzeigen im AUGENOPTIKER auf die Firma Emmerich aufmerksam geworden.

Schulnoten von eins bis sechs

Auch die Bewertung der einzelnen Kollektionen war recht interessant. In den Kollektionen sieht die Exklusivbrillenagentur ihren Agenturgedanken in Form von verschiedenen Stilrichtungen, Design und Preisgruppen umgesetzt. Hier sollten Schulnoten von eins bis sechs vergeben werden zu Fragen nach Qualität, Preis, Mode, Kollektionsgröße und Verkäuflichkeit. „Bei manchen Dingen war Holger Emmerich vollkommen verblüfft von dem guten Ergebnis. Es war manchmal völlig konträr zu dem, was seine eigenen Zahlen aussagten,“ lacht Hartmut Melzer. Interessante Ergebnisse – natürlich nicht alle völlig überraschend



In welcher Fachzeitschrift sind Ihnen Anzeigen der Exklusiv Brillenagentur aufgefallen? Anzeigen sind aufgefallen Basis: 60 Responses Anmerkung: Summe über 100% durch Mehrfachnennungen

– für die Firma Emmerich. „Die Befragung war nicht ganz billig,“ fasst Holger Emmerich zusammen, „aber es hat sich wirklich gelohnt. Ich finde es wichtig, dass der Kunde merkt, wir nehmen die Partnerschaft ernst. Einige der Anregungen und Wünsche haben wir auch direkt umgesetzt. Andere brauchen ihre Zeit. Wichtig ist, dass wir sofort reagiert haben. Wir werden die Befragung in ein bis zwei Jahren garantiert noch einmal machen. Ich kann nur jedem Vertrieb, der weiter erfolgreich am Markt arbeiten will, empfehlen, auch so etwas zu tun.“

Grundstock erfolgreicher Partnerschaft

Aus einer Befragung dieser Art können – wenn man sie ernst nimmt – nur zwei Königreiche entstehen, denn die Gewinner sind auf beiden Seiten. Da aber Königreiche heute etwas außer Mode geraten sind, kann man beide Gewinner – Kunde und Vertrieb – zusammenschließen als Grundstock für eine erfolgreiche Partnerschaft. www.exklusivbrillenagentur.de www.b-g-w.de

Ulla Schmidt

Gewinner

- Optik Böckstiegel, 33803 Steinhagen
- Augenoptik + Akustik Heimbach, 48653 Coesfeld
- Optik Pfau, 49832 Freren

Für die, die nicht gewonnen haben: Informieren Sie sich über Buchungsmöglichkeiten unter www.emotiondrive.de