Durch Branding von Ersatzteilen Umsatz steigern

Google schafft Transparenz, auch im Ersatzteilmarkt. Das führt in der Konsequenz zu einem größeren Angebot. Wo hohes Angebot auf limitierte Nachfrage trifft, sinkt der Preis. Soweit die Gemeinplätze.

Wer das Ersatzteilgeschäft mit seinen hohen Margen lukrativ halten will, nutzt Branding. Und reduziert Transparenz. Wo immer möglich.

Wie können Sie Transparenz im After Sales reduzieren?
Schon vor der Einführung neuer Produkte gilt es, Überzeugungsarbeit zu leisten. Die Entwickler sind darauf getrimmt, Endprodukte zu möglichst geringen Kosten einzusetzen. Daher setzen sie externe Baugruppen von der Stange ein. Oder No-Name Elemente.

Doch schon mit minimalen Zusatzausgaben lassen sich Umsatz-Steigerungen im After Sales Service erzielen. Durch eigenes Branding. Die späteren Ersatzteil-Umsätze übersteigen die Zusatzkosten um ein Vielfaches. Und das mit wesentlich höheren Margen.

Wo das nicht geht, müssen Sie vorverpacken. Oder umverpacken. Mit dem Effekt, dass Ihre Marke hervorsticht. Aber gleichzeitig muss Ihr Lieferant vom Ersatzteil verschwinden. Denn hier ist Transparenz absolut unerwünscht. Ihr Branding muss her.

Die Markenbindung fängt schon bei der Entwicklung an

Am besten ist die Ausprägung der eigenen Marke schon in der Zeichnung zu sehen.

So lassen sich viele Komponenten nicht nur mit dem eigene Logo versehen, auch die Ersatzteil-Nummer sollte nicht fehlen. Branding ist bei werkzeuggebundenen Komponenten meist eine einfache Übung. Bei Service-Teilen, die im laufenden Gebrauch regelmäßig auszutauschen sind, macht es umso mehr Sinn.

Nicht nur die eigene Ersatzteilnummer muss auf dem Teil zu finden sein. Und das natürlich anstatt der Hersteller-Bestellnummer. Auch leichte Modifikationen zum 08/15 Standard-Teil erschweren den Austausch durch No-Name Fabrikate.

Dies ist nur ein Beitrag von vielen zum
Ausbau des Ersatzteil-Umsatzes.
Sie werden in der Seitenleiste mit individuellen Suchbegriffen fündig. Oder über die Stichwort-Suche, zum Beispiel mit "**Umsatz**".

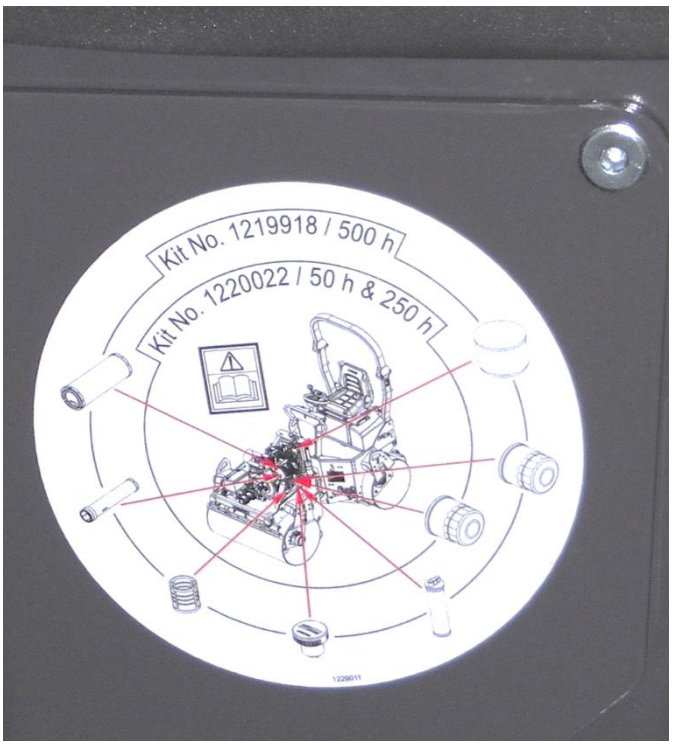
Artikelnummer und -bezeichnung:
kein Hinweis auf den Hersteller

Bei der Anlage von Ersatzteilen im ERP-System gelten ähnliche Grundsätze. Es ist schlicht ein Tabu, die Artikelnummer des Herstellers zu verewigen. Das gilt sowohl für dessen Ersatzteilnummer, wie auch für die Bezeichnung. Schließlich reicht es in vielen Fällen, in Google eine klassifizierende Abkürzung einzugeben. Schon ist der Hersteller identifiziert. Dann haben Sie mit Ihren hohen Zuschlägen auf Ihren Einkaufspreis ein Problem.

An der Schnittstelle zur Produktion:
Nützliche Hinweise

Noch bevor das erste Ersatzteil verkauft ist, beginnt das Branding in der Produktion. Es ist nicht einfach, den Einkauf davon zu überzeugen. Trotzdem sollen Serviceteile bei Montage der Maschine nicht nur "günstigst" eingekauft werden. Denn daran wird der Einkauf gemessen. Einige Cent mehr für den Filter mit eigener Marke statt des überall erhältlichen Massenprodukts kosten eben. Und doch beginnt damit der Einstieg in das margenstarke After Sales Geschäft.

Warum sollte Ihr Kunde später etwas anderes kaufen, als er oder sie an der Maschine in Erstausrüstung vorfindet?



Schließlich handelt es sich doch um einen wichtigen Customer Touch Point.

Zusätzliche Aufkleber auf der Maschine helfen speziell bei Service-Teilen. So können Sie den Kunden an Ihre Marke im After Sales binden. Denn warum wollte Ihr Kunde nach einzelnen Service-Teilen suchen, wenn Sie ihm mundgerecht ein komplettes Kit für die Wartung anbieten?

Sie können Sie nicht früh genug im Prozess mit Werbung beginnen. Umso mehr, da gerade der Markt Service-Teile eine stark ausgeprägte Preissensitivität aufweist. User Experience gibt es eben nicht nur für das Internet.

Vorverpackung mit Branding: ein Muss im After Sales Service

Mit dem Eintreffen von Ersatzteilen im Ersatzteillager geht die Arbeit am Teil erst richtig los. Hier an der "Neutralisierung" zu sparen heißt, auf Dauer Umsatz zu verlieren. Wo legal möglich und wirtschaftlich sinnvoll findet sich nach der Vorverpackung Ihre eigene Ersatzteilnummer und -bezeichnung auf dem Artikel. Mindestens sollten sie auf der Verpackung zu finden sein. Gerade im indirekten Vertrieb macht es darüber hinaus Sinn, durch Verpackung mit Ihrem Logo eine hohe Wertigkeit zu signalisieren.

So ein Vorverpackungsprozess für das Branding will organisiert sein, da

- ein Arbeitsplatz professionell einzurichten ist,
- hier Arbeit in erheblichem Umfang lauert,
- die Vorverpackung ein eigenständiger Prozess ist,
- die **Neutralisierung** selbst zu regeln ist,
- zu Art und Weise der Vorverpackung entsprechende Anweisungen im ERP hinterlegt sein sollten.

Es geht aber auch ohne Arbeitsplatz. Gerade große Volumenströme zugekaufter Komponenten sollten Sie ohne vermeidbaren Aufwand direkt zu Dienstleistern liefern lassen. Zum Beispiel Behinderten-Werkstätten sind sehr häufig dankbar für solche einfachen Tätigkeiten. Sie erst zu vereinnahmen, und dann wieder zu versenden, entspricht sicher nicht dem Lean-Anspruch.

„Unsere Kunden beschweren sich über unsere Lieferqualität"

Dann nutzen Sie doch ein **Lager-Audit** in Ihrem Ersatzteillager, um z.B. Ihre konkreten Schwachstellen zu identifizieren

---

Stammdaten der Vorverpackung

Es muss nicht ein vollständig umgesetzter Fertigungsauftrag sein. An dieser Stelle können Sie ganz sicher an Stammdaten sparen.

Trotzdem hilft eine gute Benutzerführung durch Ihr ERP. Einfachstes Mittel der Wahl ist dabei Ihr Wareneingangsschein. Auf den können Sie die relevanten Informationen drucken. Da wären einerseits die zu nutzenden Hilfsmittel, wie Verpackungsmaterialien, Aufkleber und so weiter. Diese können Sie als Artikelnummer führen. Über eine Stückliste können Sie die vorgesehene Verpackung anweisen (z.B. elektrische Ladung ableitende Folien für elektronische Bauteile). Aber auch speziell zu benutzende Aufkleber, zum Beispiel für Glasscheiben. Am Ende sollte es nicht im Belieben des Verpackers stehen, was er oder sie nutzt.

Zusätzlich können Sie Texte hinterlegen (es muss ja nicht gleich ein ganzer Arbeitsplan sein). Darin steht beispielsweise, dass Hinweise auf den Lieferanten entfernt werden müssen. Allerdings ist dieses Vorgehen nicht für alle Teile angebracht. Insbesondere bei sicherheitsrelevanten Ersatzteilen verbietet sich eine Entfernung der Hersteller-Kennung. Ähnliches gilt für Ersatzteile mit erhöhten Rückläufen wegen mangelhafter Qualität. Jetzt ist die Gelegenheit, zum Produkt passende Flyer gleich mit einzupacken. Cross Selling unter Nutzung Ihrer Marke drängt sich förmlich auf. Werbematerial, einmal als Artikel angelegt, gehört also ebenfalls in die Stückliste.

Nur ein Hinweis:

Die Existenz einer Artikelnummer heißt nicht zwingend, dass Sie Bestandsführung und Beschaffung auch über Ihr ERP-System erledigen müssten.

„Wo soll ich anfangen, wo doch so viel nicht stimmt?"

Dann nutzen Sie doch einen **Stammdaten-Workshop** in Ihrem Haus, um erste Handlungsempfehlungen zu erhalten

---

Arbeitsplatz für die Vorverpackung

Verpackungsmaterial und Labeldrucker sollten im unmittelbaren Zugriff sein, denn das reduziert Ihre Prozesszeit. Da ein durchaus ähnlicher Arbeitsablauf für das Bilden von Kits vorliegt, kann dies auch derselbe Arbeitsplatz sein. Dann befinden sich die Stellplätze für die Komponenten ebenfalls unmittelbar am Arbeitsplatz.

Ersatzteile bestellfreundlich kennzeichnen

Ihr Branding am Ersatzteil ist das eine. Das andere betrifft die einfache Identifikation für eine Nachbestellung. Dafür ist die lesbare Artikelnummer geradezu Pflicht.

Natürlich können Sie nicht alle Bauteile mit einem Aufkleber versehen. Darum müssen Sie ja bereits im Entwicklungsprozess dafür sorgen, dass Lieferanten Bauteile kennzeichnen. Hierfür eignen sich bei teuren Bauteilen Ätz-Verfahren, Laser-Beschriftung oder Nadeln. Diese Verfahren können Sie nur ausnahmsweise in der Vorverpackung einsetzen.

Wenn Sie stattdessen auf den Aufkleber zurückgreifen, sollten Sie neben Ihrem Logo auch für einen Barcode sorgen. Denken Sie dabei daran, dass die meisten Barcode-Scanner keine 2D-Codes lesen können. Und noch ist das Handy längst nicht überall im Einsatz. Der Vorteil eines kleinen Data-Matrix-Codes scheitert dann womöglich an der Lesbarkeit. Außerdem können Sie Barcodes aus jeder Office-Anwendung heraus anwenden, wenn Sie entsprechende kostenlose Fonts nutzen.

Und der Rest, der nicht beim Vorverpacken gebrandet wird?
Was Sie nicht bei der Vorverpackung "erwischen", müssen Sie bei der Kommissionierung machen lassen. Allerdings steigt damit die Fehleranfälligkeit des Prozesses. Dafür können Sie zeitlich begrenzte Aktionen punktgenau per Beilage bewerben. Alles hat halt 2 Seiten ...

Für wenig Geld können Sie Folienbeutel bedruckt beziehen. Auch Klebeband mit Logo in Ihren Farben kostet nicht die Welt. Selbst bei Kartonagen ist ein Firmenaufdruck bei kleineren Losen noch bezahlbar. Dass Ihre Versandaufkleber und -papiere selbstverständlich Ihr Branding tragen, dürfte wohl selbstverständlich sein.

Sie wollen Ihr Ersatzteil-Geschäfts durch Branding schützen?

Als Unternehmensberatung mit dem Fokus **After Sales Service** des Maschinenbaus unterstütze ich. Dabei bin ich auch heute nicht nur in Hessen und Rheinland-Pfalz unterwegs. Denn Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen sowie Hamburg gehören ebenso zu meinem Gebiet. Darüber hinaus berate ich natürlich sowohl Kunden in der Schweiz, wie in Österreich.

Warum nehmen Sie nicht einfach unverbindlich und kostenlos
Kontakt zu mir auf?

Denn als erfahrener After Sales Consultant kann ich Sie bei der Einführung von Prozessen und deren Optimierung unterstützen.

Diplom-Ingenieur

Andreas E. Noll

Am Hang 12
61476 Kronberg

"Nutze Deine Zeit, sie kommt nie wieder"-Ivan Blatter

Andreas.Noll@no-stop.de
+49 160 581 97 13