

Werbung am Ersatzteil unterstützt die Markentreue Ihrer Kunden

Maschinen und Anlagen sind nicht nur technische Produkte. Sie bilden auch die Basis für lukrative Umsätze im After Sales Service. Darum kann ein wenig Werbung nicht schaden. Wo wäre diese Werbung besser angebracht als an der Maschine oder Anlage selbst?

Um die Umsätze mit Ersatz- und Service-Teilen zu steigern, können Sie die Teile im After Sales selbst mit Ihrer Marke versehen. Eleganter ist es allerdings, diese Form der Werbung bereits in Konstruktion und Serienproduktion unterzubringen.

Werben dort, wo es hingehört: Offen und sichtbar am Ersatzteil

Werbung darf auch unscheinbar sein. Völlig unaufdringlich unterstützt sie die Service-Organisation bei der schlanken Bestellung von Ersatzteilen. Wenn die Teile-Nummer ohne den Blick ins Handbuch offensichtlich ist, warum sollte ein Service-Techniker beim Austausch eines Ersatzteils bei Ihrem Wettbewerb suchen? Verlassen Sie sich nicht auf die [Loyalität](#) von Kunden.



Wie wäre es, wenn Ihre Kunden einfach mehr Teile bei Ihnen kaufen wollen

[Workshop Marketing](#)



Schon im Konstruktionsprozess den After Sales Service involvieren

Wenn heute über die Teilnahme des After Sales bei der Konstruktion gesprochen wird, dann geht es meist um

- Zugänglichkeit,
- Austauschbarkeit,
- Sonder-[Werkzeuge](#).

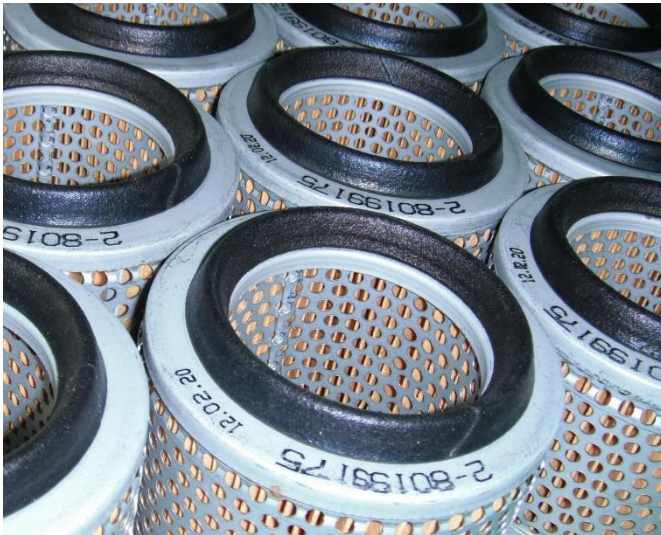
Dass der [Bestellprozess](#) des After Sales im Fokus steht, ist eher ungewöhnlich. Dabei sind es gerade die [Wartungsteile](#), die über den Life Cycle einen vielfach höheren Deckungsbeitrag erzielen, als sie bei der Erst-Montage kosten. Darum ist es so entscheidend, spätere Ersatzteile werbend zu kennzeichnen. Das Logo oder die Marke sind das Eine. Sie helfen, auf den ersten Blick Teile alternativer Anbieter zu erkennen. Das Andere ist die Artikelnummer. Sie auf einem Teil zu finden erleichtert den Bestellprozess für Kunden ungemein. darüber hinaus steigern Logo und Artikelnummer am Ersatzteil die [Markentreue](#).

Ersatzteil-Nummer fest im oder am Teil

Gerade bei werkzeuggebundener Herstellung (Gießen, Schmieden, Spritzgießen) ist es ohne nennenswerte Kosten möglich, Teilenummern einzubringen. Natürlich ist das nur dann sinnvoll, wenn aus einer Form nur ein Endprodukt gefertigt wird.



Alternativen können mehrere Artikel-Nummern sein, die im Rohteil fest hinterlegt sind. Je nach Endprodukt werden die jeweils nicht benötigten in der Folgebearbeitung entfernt.



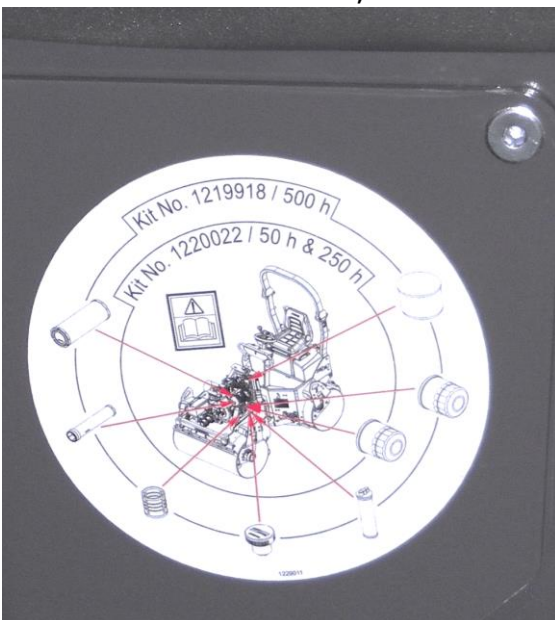
Ersatzteil-Nummer aufdrucken

Die heute zur Verfügung stehenden Druckverfahren ermöglichen den Druck direkt auf ein Ersatzteil (siehe Foto). So lassen sich berührungslos nicht nur Artikelnummer und Logo aufbringen. Da diese Verfahren individuell ansteuerbar sind, können Sie auch Chargen und Herstellungsdatum aufdrucken. Jeder kennt es vom Marmeladenglas.

Mit Ätz-Verfahren können dauerhaft auch langlebige und wischfeste Aufdrucke erzeugt werden. Allerdings braucht das Verfahren selbst einige Zeit. Leider steigen mit der Durchlaufzeit auch die Kosten.

Ersatzteil-Nummer auf einem Aufkleber

Leider kleben Aufkleber oft nicht dauerhaft. Trotzdem sind sie eine kostengünstige Möglichkeit für die Kennzeichnung zukünftiger Ersatzteile in der Serie. Bei richtiger Auswahl des Aufklebers lässt sich allerdings für fast alle Umgebungen eine dauerhafte Kennzeichnung erreichen. Alle Teile mit [Wettbewerb](#) auf dem After Market müssen Sie kennzeichnen. Sonst klebt auf diesem Teil an der Maschine demnächst der Aufkleber des Wettbewerbs. Auf einem einzelnen Aufkleber können Sie, wenn sinnvoll, sogar Werbung für mehrere erforderliche Ersatzteil-Nummern festhalten.

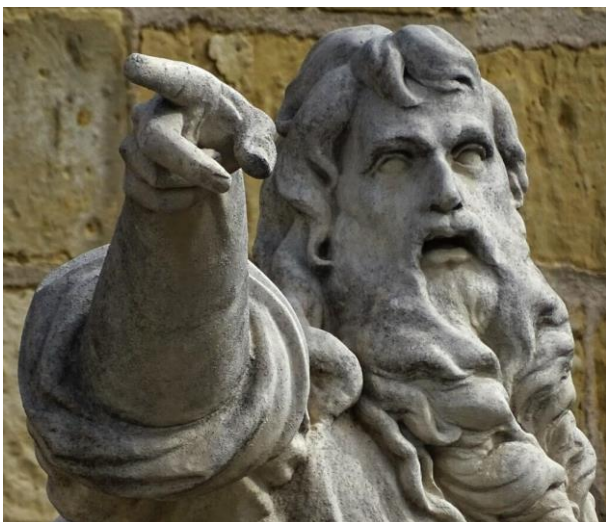


Der Kunde, der einmal von der verbotenen Frucht günstiger Alternativen gekostet hat, ist nur schwer zurück zu gewinnen. Es hat ja funktioniert. Darum ist es gerade bei Serviceteilen notwendig, durch einfachste Methoden die Teilenummer zu kommunizieren.



Fremd-Werbung vermeiden

Bei der Neu-Entwicklung stehen die Zielkosten ganz oben auf der Agenda. So können zugekaufte Komponenten an der Maschine auftauchen, die eher für den Komponenten-Hersteller werben, als für Ihren After Sales. Wie im After Sales muss es darum gehen, Transparenz zu vermeiden. Hier bedarf es guter Argumente, den strategischen Einkauf von einer teureren Lösung zu überzeugen. Dies gilt erst recht, wenn Typenschilder eine nahtlose Suche im Internet beim OEM einer hochpreisigen Komponente ermöglichen. Sofern Sie im After Sales [gebrandete Teile](#) bereits einsetzen, lohnt ein Angebot an die Serie zu deren Einsatz.



Werbung für After Sales Services ankurbeln:
Direktmarketing und erfolgreiche Präsenz in elektronischen Medien

[Beratung After Sales Marketing](#)

CE-Zertifizierung als Argument nutzen

Deutlich gekennzeichnete Teile ermöglichen auf den ersten Blick die Kontrolle auf Fremd-Einkäufe von Ersatzteilen. Damit sind Logo und Artikelnummer nicht mehr nur Werbung. Sie stehen vielmehr auch für die Verkehrssicherheit Ihrer Maschine. Das erlaubt es Ihnen, bei jedem Kundenbesuch innerhalb der EU auf die Gefahr des Verlusts der CE-Zertifizierung hinzuweisen.



Der Wartungs-Aufkleber: ein Muss

Noch ein Aufkleber. Diesmal nicht auf einem Teil, sondern auf der Maschine. Mit einem Aufkleber wie im Foto machen Sie Werbung für Ihre Wartungskits. An prominenter Stelle unverwüstlich angebracht, machen Sie Wartung leicht. Auch für solche Kunden, die ihre Wartung selbst erledigen. Gerade [Kits](#) sind eine gute Gelegenheit, den Kunden vollständige Lösungen anzubieten. Hiermit erreichen Sie, dass z.B. der Preis eines einzelnen Filters nicht mehr durch den Wettbewerb diktiert wird.



Sind trotz der Einbeziehung von Service-Mitarbeitern bei der Konstruktion der Maschine Sonder-Werkzeuge erforderlich, kann auch dies durch einen entsprechenden Aufkleber signalisiert werden.

Instandhaltern und Service-Mitarbeitern helfen

Oben haben Sie schon gesehen, dass allein ein Aufkleber für die Teilenummern der Wartung zusätzlichen Umsatz generieren kann. Ein zusätzlicher Baustein für den Kundennutzen können QR-Codes sein. Die helfen nicht nur dem eigenen [Service](#), sondern auch Instandhaltern Ihrer Kunden bei [Wartung](#) und Reparatur. Wenn Sie ohnehin wissen, dass Kunden Ihre Maschinen instandsetzen, dann vertiefen Sie Ihre [Kundenbeziehung](#) doch einfach. Machen Sie Werbung für Ihre Produkte, die den Instandhaltern helfen. Ein kleiner Film in YouTube illustriert, wie man es richtig macht. Aufwand und Kosten dafür sind durchaus vertretbar. Stattdessen könnten Sie auch auf eine spezielle [Landing-Page](#) Ihres Web-Auftritts leiten.



Dort findet Ihr Kunde alles von den Kontaktdaten bis zum Ersatzteilbuch. Selbstverständlich sieht Ihr Kunde in beiden Fällen auch alle erforderlichen Artikel-Nummern.



Die Checkliste

Ihre Konstruktion und Ihr Strategischer Einkauf haben verinnerlicht, warum Maschinen-Komponenten gekennzeichnet sein sollen?

Dann reicht in der Frühphase einer Neu-Entwicklung bereits eine Checkliste. Diese nennt alle wichtigen Komponenten, die zwingend mit einer Artikelnummer zu kennzeichnen sind. Damit sind die ersten Schritte in Richtung Werbung am Ersatzteil bereits gegangen.

Sie wollen **Ersatzteil-Werbung** auf Komponenten von Neumaschinen einsetzen?

Die langjährige Expertise eines Consultants beschleunigt Ihr Vorhaben

Warum melden Sie nicht einfach unverbindlich und kostenlos jetzt bei mir?

Denn als erfahrener [Managementberater für Ersatzteil-Vertrieb](#) des Maschinenbaus kann ich Sie bei der Einführung von Werbe-Aktivitäten 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](tel:+491605819713)
