

Produktmanagement im Ersatzteilwesen als Umsatztreiber

Wie gut kennen Sie Ihre Ersatzteile wirklich?

Und aus wie vielen unterschiedlichen Quellen müssen Ihre Mitarbeiter Informationen ziehen, um Kunden-Anfragen zu beantworten?

Durch die meist sehr große und schnell wachsende Zahl an Artikeln ist in vielen Unternehmen eine Fülle an parallel genutzten Tools entstanden. Die alle ihr Eigenleben führen.

Eine Übersicht jedoch haben oft nur wenige altgediente Mitarbeiter. Und auch die müssen vor den **ständig neu hinzukommenden Artikeln** kapitulieren. Dagegen hilft nur Struktur, die ein Produktmanagement sicherstellt.

Warengruppen im After Sales Service verkaufsfähig machen: Aufgabe des Produktmanagements

So fängt Produktmanagement im After Sales meist damit an, eine führende Datenbank zu definieren,

- in die alle einspeisen,
- aus der alle die benötigten Informationen ziehen.

Denn die Integration technischer Systeme über definierte Schnittstellen ermöglicht ein einfacheres Arbeiten. Damit ist die Qualität der Inhalte allerdings noch lange nicht sichergestellt. Festgelegte Prozesse einer frühzeitigen Kommunikation bei [Geburt eines Teils](#) müssen dafür sorgen, dass alle neuen Ersatzteile mit hohem Informationsgehalt erfasst werden können. Begleitet wird dieses Vorgehen von Standards, wie einzelne Feld-Inhalte konkret zu füllen sind.



Teileflut:

Produktmanagement organisiert Ersatzteile und Serviceteile

Ja, dann sind da ja noch die Altdaten. Aber gesteuert durch klare Prioritäten können Sie einzelne Themenkreise aufarbeiten. Hier gilt das alte Sprichwort:

viele Hände - schnelles Ende

Dazu gehören auch die Tools, Daten einfach aus den Systemen ziehen zu können. Und zwar ohne den einen und einzigen Spezialisten. Außerdem brauchen Sie Programme (zum Beispiel [Excel](#)), damit Sie sie aufgearbeitet im Batch per Upload wieder in die zentrale Datenbank einspeisen können. Geradezu klassisch bietet sich dafür das ERP-System an:

- Zugriff an allen Standorten,
- ein-eindeutige [Datenhaltung](#),
- Sicherstellung der [Datenkonsistenz](#),
- Datensicherheit durch automatisierte Speicherung von Änderungen, und, nicht zu vergessen,
- Aktualität durch Nutzung im operativen Geschäft.

Aber:

oft reicht die Zahl der zur Verfügung stehenden Felder nicht aus. Doch Append-Felder und Tabellen können dieses Defizit in der Regel einfach ausgleichen. Häufig reicht es jedoch schon aus, ohnehin vorhandene Felder zu aktivieren, die in den Datenbanken bereits vorhanden sind.



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

[durch Workshop "Marketing" durchstarten](#)



Selbst die Integration von Zeichnungen und Office-Dokumenten gelingt oft. Dazu müssen sich deren Ablage-Pfade als Text speichern lassen. Viele ERP-Systeme (z.B. SAP) bieten die Möglichkeit zur Ablage der Dateien allerdings ohnehin.

Was noch fehlt ist das Bindeglied: die schlanke Aufarbeitung von extrahierten Datensätzen, zum Beispiel mit [Excel](#) oder Access.

Wenn es dabei um das [Ersatzteil-Pricing](#) geht, lockt Umsatz. Aber oft genug fehlt vor dem [Pricing die Daten-Aufbereitung](#). Das kostet dann Marge.

Jetzt geht es eigentlich nur noch darum, Mitarbeiter zu finden und zu schulen. Geschulte Mitarbeiter nehmen sich damit der

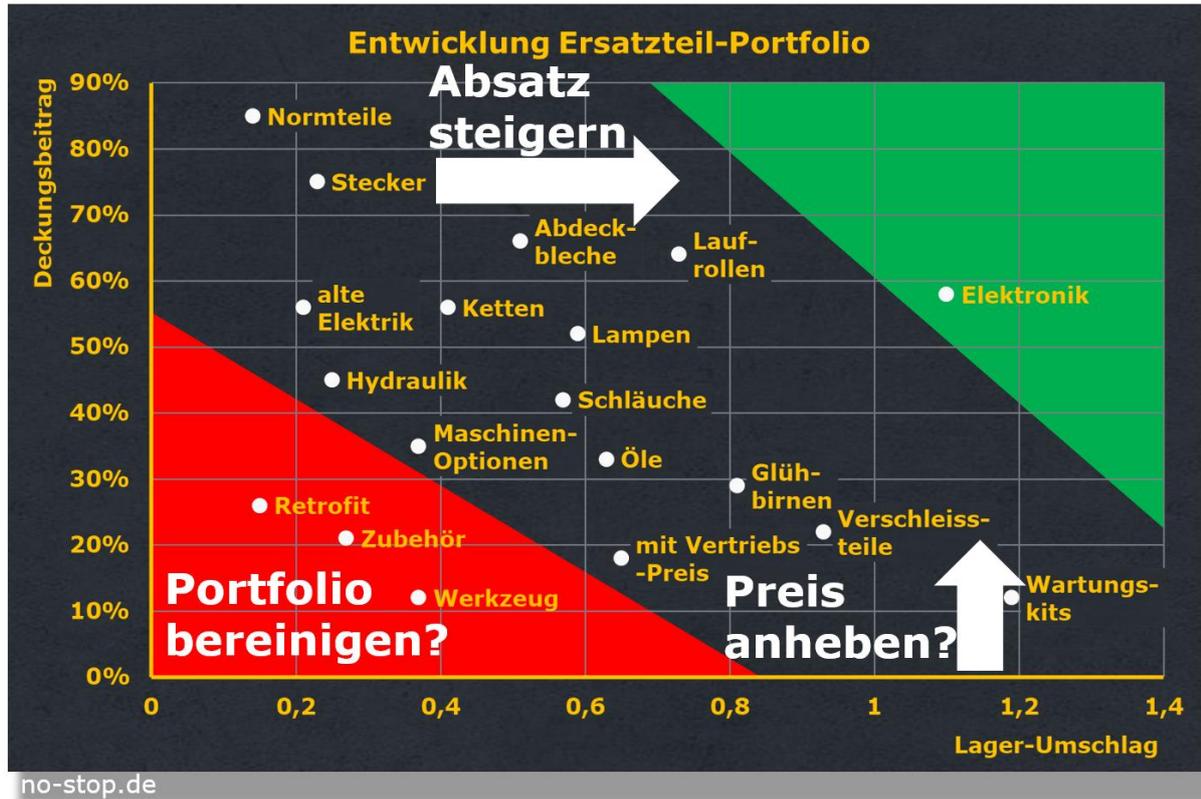
- Ergänzung,
- Aufarbeitung
- und Verknüpfung

vorhandener Quellen an. So können Sie den Aufwand für die Datenerfassung zumeist deutlich reduzieren. Das gilt insbesondere gegenüber einer manuellen Erfassung einzelner Datensätze unmittelbar im ERP.

Was erreichen Sie mit all' den beschriebenen Maßnahmen?

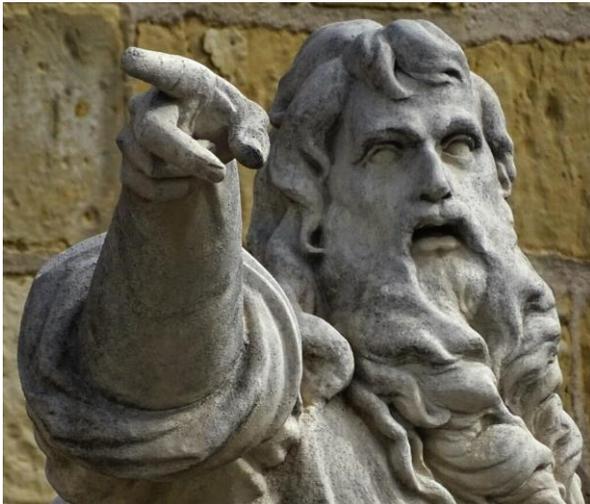
Umsatz steigern durch Produktmanagement

Die so gewonnene aktuelle Transparenz über Ersatz- und Serviceteile können Sie nutzen. Es geht darum, offenbar gewordene Lücken zu schließen ("warum ist niemandem aufgefallen, dass wir zwischen der Größe A und C kein Angebot machen können?"). Zugleich können Sie aufbauend auf sauber strukturierten Daten einzelner Warengruppen Werbe-Kampagnen ansetzen. Denn so können Sie Kunden das neu gewonnene Wissen praxisgerecht näherbringen. Neben dieser Push-Information können Sie natürlich auch Informationen zum Download (Pull) anbieten. Indem Sie diese Informationen, aufbereitet mit Ihrem [Corporate Design](#), im Extranet und auf der [Homepage](#) anbieten.



Produktmanagement nutzt Ersatzteil-Warengruppen zur Sortiment-Optimierung

Und natürlich ist das nicht alles. Transparenz über das Vorhandene ist eine wesentliche Basis, um im After Sales neue Gebiete zu erschließen. Mehr vom Gleichen ist sicher nur der erste Schritt. Wenn auch zumeist ein sehr profitabler. Aber "Vorhandene Produkte an neue Kunden" will ergänzt sein um "neue Produkte an vorhandene Kunden". Der Ausbau des Service-Geschäfts bedeutet, deutlich über den Bereich der Ersatzteile hinaus zu agieren. Denn damit steigern Sie das [Marktpotenzial](#).



Werbung für After Sales Services ankur-
beln: Direktmarketing und erfolgreiche
Präsenz in elektronischen Medien

[zu Ihrem Projekt
"After Sales Marketing"](#)

4 P des Marketings

Klassisch verkauft das Ersatzteilwesen Ersatzteile zum Ersatz von defekten Teilen. In der einfachsten Form stände damit der Absatz fest. Mit den Methoden des Parts Marketing lässt sich jedoch mehr daraus machen.

So geht es darum, dass Sie

- durch gezieltes Produktmanagement Warengruppen verkaufsfähig machen
- [Distributionskanäle](#) verschlanken, um Kosten (für Kunden) zu reduzieren
- mit der [Preisgestaltung](#) Margen hochhalten, und wo erforderlich doch wettbewerbsfähig anbieten
- durch [Nutzung moderner Medien](#) Kundennutzen generieren



Sie wollen den After-Sales-Umsatz steigern durch **Ersatzteil-Produktmanagement**?

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

Denn als erfahrener [Marketing-Berater für den Maschinenbau](#) 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](tel:+491605819713)
