



Die bessere
Strategie **gewinnt!**



**Vertriebskonzepte für
Energie-Effizienz-Berater:**



**Die richtigen Marketing-
instrumente einsetzen, um
mittelständische
Unternehmen für
Energieeffizienzmaßnahmen
zu gewinnen**



07.06.2010

Seite 3

- 👑 Es gibt 1.8 Millionen KMU Betriebe in Deutschland**
- 👑 Der Markt wird nach einer Berechnung von MC Kinsey auf 180 MRD geschätzt**
- 👑 In Hessen gibt es 45.000 KMU (ohne Dienstleister), davon haben in 2009 1100 eine KMU geförderte Analyse gemacht und anschließend 300 entsprechende Maßnahmen durchgeführt**

07.06.2010

Seite 4

1. Platz für REWE: Ausgezeichnet als bester Supermarkt.

KÖNIGSKONZEPT
eine strategie voraus!

1. Platz
Stores of the year

Das REWE Green Building wurde als Store of the year 2010 ausgezeichnet.

DGNB
Deutscher Green Building Award

DGNB Zertifizierung
Das REWE Green Building wurde als weltweit erster Supermarkt von der Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen mit dem Deutschen Gütesiegel in Gold ausgezeichnet.

REWE Green Building – Store of the year 2010.
REWE Green Building in Berlin-Rudow ist ausgezeichnet als nachhaltigster Supermarkt.

REWE Green Building ist Store of the year 2010
Das REWE Green Building – Konzept Zukunft in Berlin-Rudow wurde bei der Preisverleihung „Stores of the year 2010“ mit dem ersten Platz in seiner Kategorie ausgezeichnet. Die renommierte Auszeichnung, die vom Handelsverband Deutschland (HDE) – Der Einzelhandel vergeben wird, würdigt die Innovationskraft und die ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie des REWE Green Building.
Für REWE ist dieser hochkarätige Preis Bestätigung und Ansporn zugleich, ihr Engagement für eine nachhaltige Entwicklung konsequent weiter zu verfolgen und ihrer Rolle als einer der Vorreiter der Branche gerecht zu werden.

REWE Green Building – ein nachhaltiges Gesamtkonzept

- REWE eröffnete im November 2009 in Berlin-Rudow den ersten nachhaltigen und CO₂-neutralen REWE Supermarkt
- der Pilot-Markt verbraucht im Vergleich zu einem Standardbau beinahe 50% weniger Energie
- als DGNB zertifiziertes „Green Building“ verfolgt der neue REWE Markt die Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz ganzheitlich

1 Holz
Beim Wandaufbau wird eine Holz-Sandwich-Bauweise mit Zellulose-Füllung zur Wärmedämmung verwendet.

2 Tageslicht
Natürliches Tageslicht wird zur Beleuchtung des Marktes genutzt. Helligkeitssensoren ergänzen es bei Bedarf durch künstliches Licht.

3 Photovoltaik
Über Photovoltaik Module im Vordach und auf dem Hauptdach werden ca. 32% des Energie-Eigenbedarfs erzeugt.

4 Regenwassernutzung
Einsatz von natürlichem Regenwasser zur Fußbodenreinigung, Toilettenspülung und Gartenbewässerung. Einsparung von kostbarem Trinkwasser. Weniger Reinigungsmittel durch kalkfreies Regenwasser.

5 Geothermie
Ganzjährige Nutzung von Geothermie über Erdsonden zur Heizung bzw. zur Klimatisierung des Marktes. Damit werden weitere ca. 8% des Energiebedarfs selbst erzeugt.

6 Kälteanlage
Zur Klimatisierung und zur Kühlung der Frischeprodukte und der Tiefkühl-sortimente werden nur natürliche Kältemittel genutzt. Verglaste Tiefkühl-möbel reduzieren den Kälteverlust.

Mehr Infos unter www.rewe.de

07.06

Seite 5

KÖNIGSKONZEPT
eine strategie voraus!

Strategische und operative Vertriebskonzepte



07.06.2010

Seite 6

Vertriebskonzepte

- 1. Was ist mein Vertriebsziel:**
- 2. Wo ist mein Zielmarkt**
- 3. Wie komme ich an meinen Zielmarkt/meine Kunden**
- 4. Wie behalte ich meine Kunden**

Strategische Vertriebskonzepte

1. Was kann ich:

**Bewertung der eigenen Kenntnisse
und Ziele mit Alleinstellungsmerkmal
im Markt**



07.06.2010

Seite 9

Strategische Vertriebskonzepte

2. Wo will ich arbeiten

**Festlegung des Kundeneinzugsbereiches nach Region und Größe.
Definition des Wettbewerbes mit
Stärken/Schwächen-Analyse**

07.06.2010

Seite 10

Wo will ich arbeiten:

-  **Welche Region**
-  **Welche Zielgruppe**
-  **Welche Partner**
-  **Welche Produkte**
-  **Welche Konzentration**
-  **Welcher Wettbewerb**

Operative Vertriebskonzepte

3. Wie komme ich an meine Kunden

Entwicklung von Verkaufs- und Vertriebskonzepten und Verwirklichung

Operative Vertriebskonzepte

3.1. Werbekonzept

Welche werblichen Aktivitäten werde ich entwickeln

Wie komme ich an potentielle Kunden









 **Werbung**

 **Öffentlichkeitsarbeit**







 **Netzwerken virtuell und persönlich**

 **Image, z.B. soziale Projekte CSR**

Wie komme ich an Adressen

-  **Anzeigen**
-  **Internet**
-  **Pressearbeit**
-  **Empfehlungsmarketing**
-  **Messen**
-  **Industriegebiete**
-  **Branchenbücher**
-  **Ankauf**

Wie nutze ich Adressen

-  **Vorträge und Seminare**
-  **Direktmarketing**
-  **Newsletter**
-  **Telefonakquise**
-  **Messen/Tage der offenen Tür**
-  **Service**

Operative Vertriebskonzepte

3.2. Verkaufskonzept

Welche verkäuferischen Aktivitäten werde ich entwickeln

Ehrlich währt am längsten

Zahlen Fakten Wahrheiten

Im Zweifel für den Kunden –

was ist Ihre persönliche Meinung –

würden Sie diese Maßnahme, die Sie empfehlen, auch bei sich selbst durchführen –


oder sich wünschen

Argumente für Energieeffizienzmaßnahmen in kleinen mittelständischen Unternehmen KMU

07.06.2010

Seite 19






Gesprächsführung

-  **Vorstellung/Warm up**
-  **Angebot KfW Initialberatung**
-  **Angebot KfW Detailberatung**
-  **Abschluss**

07.06.2010

Seite 20

Auftragsfluss

-  **Aufwecken**
-  **Initialberatung**
-  **Umsetzung der ersten Ergebnisse**
-  **Detailberatung**
-  **Gestaffelte Umsetzung mit Unterstützung durch Fördermittel**

Operative Vertriebskonzepte

4. Wie behalte ich meine Kunden

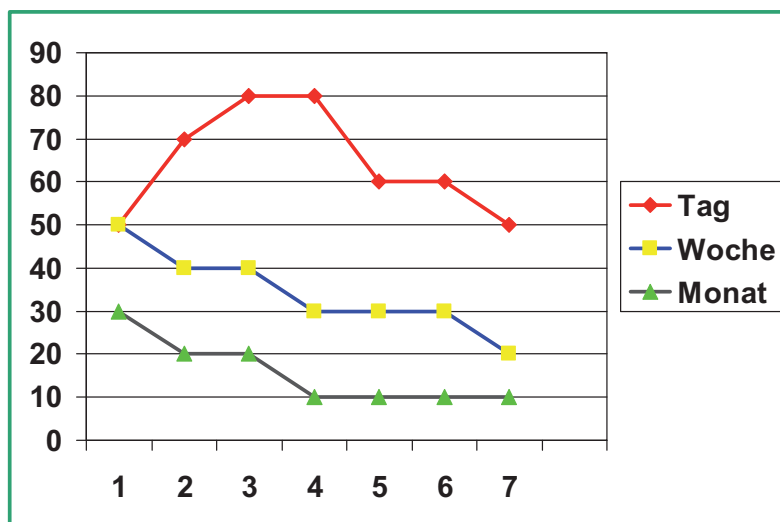
Entwicklung von Verkaufs- und Marketingkonzepten bei bestehenden Kunden zur Kundenbindung

Was hemmt uns im Verkauf

- 👑 **Alptraum Akquise**
- 👑 **Ich liebe Verkaufsgespräche**
- 👑 **Ich möchte den Sack zumachen**
- 👑 **Ich fühle mich unwohl**
- 👑 **Bloß schnell wieder weg**

07.06.2010

Seite 23



07.06.2010

Seite 24

Ihre Strategie

Morgen fange ich an

- Was werde ich umsetzen
- Wann werde ich das machen
- Wann werde ich es kontrollieren



07.06.2010

Seite 25

Gebote für Vorwärtsstrebende nach **Winklhover**



07.06.2010

Seite 26

1. Grundbedingung ist, dass man seinen Beruf gründlich versteht
2. Dass man den Ergeiz hat, jedes Ding besser zu machen, als es irgendein anderer kann
3. Man muss am Prinzip festhalten, dass für sein Geld nur das Beste geliefert werden darf
4. Eine nie ausgehende Freude an der Arbeit muss vorhanden sein. Das Geldverdienen darf niemals Hauptzweck der Arbeit sein.

5. Man soll nur mit den neuesten Arbeitsmethoden und mit den allerbesten Einrichtungen im Betrieb arbeiten. Fachschriften lesen und lesen lassen und alle Ausstellungen besuchen
6. Der größte Teil des verdienten Geldes muss zur Beschaffung betriebsfördernder Mittel verwendet werden.
7. Der rechte Mann soll am rechten Platz stehen

8. Einfach und solid leben, damit man früh morgens mit klarem Kopfe an die Arbeit gehen kann
9. Mit dem Gedanken vertraut sein, dass man nicht jedes Geschäft machen kann. Dann wird man sich vor vielen Verlusten bewahren und von der Konkurrenz geachtet sein.
10. Eine große Dosis Geduld, um den Erfolg seiner Mühen abwarten zu können, auch wenn es manchmal recht trostlos aussieht

Und Geduld ist das dritte wichtige Zauberwort

07.06.2010

Seite 29

*Vielen Erfolg bei der
Umsetzung*



07.06.2010

Seite 30

Helmut König – Königskonzept

35516 Münzenberg - Mittelstr. 19
Tel. +49 6033/746634
Mobil +49 172 9201709

koenig@koenigskonzept.de
Homepage: www.koenigskonzept.de

**Das schwierigste bei der Arbeit ist der
Beginn**

