

Schaffung von Alleinstellungsmerkmalen (USP) durch zusätzliche Sortimente im Baustoffhandel



Peter Ludewig
Senior Consultant

E-Mail:
pludewig@conlab.de
Mobil:
+49 172 419 34 64



Branche	Handwerk und Bau / Baustoffhandel
Kompetenz	Marketing und Vertrieb sowie Einkauf und Supply Chain
Detailkompetenz	Schaffung von USP
Projekt	Schaffung von Alleinstellungsmerkmalen (USP) durch Spezialsortimente im Baustoffhandel
Unternehmen	Hochspezialisierter Baustoffhandel mit ca. 70 Mitarbeitern. Tochterunternehmen einer mittelständischen Industriegruppe mit ca. 600 Mitarbeitern. Das Unternehmen verfügt als Alleinstellungsmerkmal über eine mit Bauingenieuren besetzte Kalkulationsabteilung und einen ebenfalls mit Bauingenieuren besetzten Außendienst. Durch zunehmenden Preis- und Wettbewerbsdruck können die dadurch erhöhten Personalkosten nicht mehr ausreichend auf die Verkaufspreise umgelegt werden.
Aufgaben und Projektinhalte	Durch die Hinzunahme von weiteren Sortimenten sollten die hohen Personalkosten für die beschäftigten Bauingenieure besser auf zusätzliche Verkaufssortimente verteilt werden. Zur Lösung des Problems wurde gleichzeitig in zwei verschiedene Richtungen gedacht. Zum einen wurden zusätzliche „allgemeine“ Sortimente aufgenommen, die zuvor mit Verweis auf die eingeschlagene Spezialisierung nicht gehandelt wurden. Da sämtliche notwendigen Personal- und Logistikkapazitäten sowie der Kundenstamm bereits vorhanden waren, mussten lediglich wettbewerbsfähige Einkaufspreise erzielt werden. Dies wurde über den Anschluss an eine Einkaufskooperation erreicht. Auf der anderen Seite wurden über Recherche und Brainstorming-Workshops weitere spezielle (Nischen-)Sortimente gesucht und gefunden. Abseits der „ausgetretenen Pfade“ konnten zahlreiche Speziallieferanten gefunden werden, die aufgrund ihres geringen Volumens bei gleichzeitigem hohen technischen Anspruch (noch) keinen geeigneten Vertriebspartner gefunden hatten und zuvor den mühsamen Weg des Direktvertriebs gewählt hatten.
Ergebnisse	Zahlreiche Kunden des Unternehmens, die zuvor nur die Spezialsortimente bezogen hatten, konnten nun auch die „allgemeinen“ Sortimente bestellen. Durch den Warenbezug über die Kooperation konnten wettbewerbsfähige Verkaufspreise kalkuliert werden. Durch die bessere Auslastung der vorhandenen Logistikkapazitäten waren die Kostensteigerungen unterproportional. Bei den zusätzlichen Spezialsortimenten waren die Nischenlieferanten dankbar für den neugewonnenen ingenieurtechnischen Vertriebspartner und leisteten großzügige Unterstützung u.a. mit Exklusivvertriebsrechten. So konnten zeitgleich weitere USPs für das Unternehmen geschaffen werden.

Sprechen Sie uns an – Ihr Kontakt :

Peter Ludewig · pludewig@conlab.de · Telefon 0172 419 34 64

conlab Unternehmerverbund · Königsallee 61 · 40215 Düsseldorf · Tel. 0211 – 88 242 321 · info@conlab.de · www.conlab.de