

„Kühlen Kopf bewahren!“

Um flexibler agieren zu können und Reaktionszeiten zu verkürzen, entschloss sich der Hersteller von Bürokomunikationsprodukten Olivetti Anfang des vergangenen Jahres dazu, seine Vertriebsaktivitäten hierzulande auf eine eigenständige Handelsagentur zu übertragen. Der Vertriebsleiter der ICT HandelsAgentur GmbH, Wolfgang Grauel, zieht im Gespräch mit FACTS ein Zwischenfazit über die bisherigen Ergebnisse dieser Maßnahme.



FACTS: Um die internen Strukturen in den Bereichen Vertrieb und Support näher an die Erfordernisse des Marktes anzupassen, wurde eine eigenständige Handelsagentur im Januar 2009 gegründet. Hat sich die Einführung dieses Vertriebsmodells gelohnt?

Wolfgang Grauel: Ja. Die Handelsagentur als Bindeglied zwischen Hersteller und Fachhändlern ermöglicht zum einen eine direkte Ansprache und zum anderen schnelle Entscheidungen bei Verkaufsprozessen. Indem wir uns mit unseren Aktivitäten auf unsere Top-150-Händler fokussieren, sind wir noch besser in der Lage, Kapazitäten zu bündeln und sie zielgerichteter einzusetzen. Zusätzlich können wir besser auf die individuellen Anforderungen der einzelnen Fachhändler eingehen. Wie bieten zum Beispiel ergänzend zum allgemeinen technischen Olivetti-Schulungsprogramm spezielle Trainingsmaßnahmen zu Themen rund um den Verkauf an. Drittens ist

es uns gelungen, Netzwerke innerhalb unserer Händlerschaft aufzubauen und dadurch das Angebot vor Ort weiter zu optimieren.

FACTS: Rein formell betrachtet agiert die ICT HandelsAgentur als Interessenvermittler der Fachhändler in allen Fragen von Geschäft und Strategie. Fester Vertragspartner der Fachhändler ist und bleibt aber Olivetti. Was haben aber die Endkunden davon?

Grauel: Die Vertriebsmitarbeiter der ICT-HandelsAgentur verstehen sich als Vermittler und Beratungsstelle, um das umfangreiche Portfolio der leistungsstarken Olivetti-Produkte optimal in der Dokumentenumgebung der Endkunden einzusetzen. Hierbei unterstützen wir unsere Fachhändler intensiv und projektbezogen. Dabei werden die Anforderungen und Bedürfnisse der Endkunden detailliert herausgearbeitet und im Benchmark mit der leistungsstarken

Schwarzweiß- und Farb-Produktpalette von Olivetti abgeglichen. Ergänzend hierzu schult Olivetti seine Fachhändler intensiv im Bereich des technischen Service wie auch im Bereich der Software und Kopier-Druckprozesse. Die Endkunden haben somit die Gewissheit, neben einer sehr guten Beratung in Sachen Dokumentenproduktion und -workflow auch Produkte und Dienstleistungen zu fairen Preisen zu erhalten.

FACTS: Welche Themen brennen denn Endkunden zurzeit am meisten auf den Nägeln und welche Produkte und Lösungen bieten Sie dafür an?

Grauel: Derzeit gibt es zwei Schwerpunkte: Zum einen beschäftigen sich viele Anwender mit der Frage, ob die Neu- oder Ersatzbeschaffung mit einem Schwarzweiß- oder einem Farbgerät bedient werden soll. Viele Anwender befürchten dabei, mit der Anschaffung von Farbsystemen eine Kostenexplosion zu erleben. Daher sind eine genaue Beratung und eine genau Erfassung der vorhandenen und zukünftigen Anforderungen erforderlich. Daneben ist das Thema Outputmanagement im Gesamtkomplex ein brennendes Thema.

FACTS: Das müssen Sie näher erläutern.

Grauel: Die starke Zunahme des internen Mailverkehrs, die neue Form der Meeting- und Konferenzführung und die Vernetzung der Unternehmen untereinander haben natürlich Auswirkungen auf das Kopier- und Druckverhalten und die dabei verwendeten Medien. Dies erfordert eine intensive Beratung der Kunden. Um den Dokumentenfluss zu erfassen, zu bewerten und in Abhängigkeit der Anforderungen des Endkunden zu optimieren, bietet Olivetti hierzu verschiedene Soft- und Hardware-Lösungen an. Unsere ICT-Consultants im Außendienst sind gemeinsam mit dem Fachhändler vor Ort und erarbeiten hierzu Lösungsalternativen.



WOLFGANG GRAUEL, Vertriebsleiter
ICT HandelsAgentur GmbH

FACTS: *Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen haben im Bereich Outputmanagement enormen Nachholbedarf und vergeuden wertvolle Ressourcen. Was würden Sie den betroffenen Unternehmen raten?*

Grauel: Vor allem sollen sie einen kühlen Kopf bewahren. Nicht jede Investition bringt am Ende einen positiven Return on Investment. Es ist gerade für kleine und mittelständische Unternehmen wichtig, sich einen Überblick über die Gesamtsituation zu verschaffen und alle Kosten zu erfassen. Neben den direkten Kosten für die Hardware und den Service sind auch alle Nebenkosten, die in der Regel deutlich höher sind, zu erfassen. Hierbei unterstützt das Team aus Olivetti-Fachhändler und ICT-Consultant tatkräftig.

FACTS: *Welche weiteren kurzfristigen Ziele haben Sie sich gesetzt und wie wollen Sie diese erreichen?*

Grauel: Nachdem wir unsere bereits vorhandenen Kunden im Markt im ersten Jahr des Bestehens der ICT HandelsAgentur gefestigt haben, wollen wir nun verstärkt Neukunden gewinnen – und zwar in denjenigen Regionen, in denen wir noch kein dichtes Fachhändlernetz aufgebaut haben. Hierzu hat Olivetti ein attraktives Förderpaket für potenzielle neue Handelspartner zusammengestellt. Um dieses Ziel zu erreichen, sind wir aktuell dabei, personell zu expandieren.

Daniel Müller ■

Unser Unternehmen:

ICT HandelsAgentur GmbH ist ein junges, erfolgreiches Unternehmen im Bereich der IT-Bürokommunikation mit Sitz in München und Nürnberg. Unser Auftraggeber ist Tochter eines international erfolgreich tätigen Unternehmens. Im Zuge unserer gemeinsamen Wachstumsstrategie und der damit verbundenen Personalerweiterung suchen wir für folgende Positionen Mitarbeiter (m/w) im Außendienst.

Key-Account-Manager Consumer-Produkte

- Vermittlung von Verkaufsgeschäften im Bereich der Handelsketten und Distributoren für Office-Produkte
- Abschlusssicheres Verhandlungsgeschick und ein sicheres Auftreten auf allen Geschäftsebenen
- Entwicklung von Strategien für die erfolgreiche Vermarktung der zu verantwortenden Produktlinien
- Systematische Marktbeobachtung und -bearbeitung
- Erstellung von Marketing-Plänen in Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen
- Einsatzort deutschlandweit/Home-Office

Sales Consultant Fachhandel

- Beratung und Vermittlung von Verkaufsgeschäften im Bereich des Fachhandels
- Gewinnung neuer Fachhändler für die zu verantwortenden Produkte
- Unterstützung des Fachhandels bei Projektgeschäften
- Förderung und Weiterentwicklung der Außendienstmitarbeiter im Fachhandel
- Einsatzort Deutschland Mitte-West/Einsatzort Home-Office

Für diese anspruchsvollen Aufgaben sind folgende Voraussetzungen erforderlich:

- Sehr gute Kenntnisse im Vertrieb, vorzugsweise im Bereich der Bürokommunikation
- Selbstständiges, autonomes Arbeiten in Kombination mit ausgeprägter Teamfähigkeit
- Kommunikativ und begeisterungsfähig, mit der Fähigkeit, andere zu überzeugen
- Hohe Kundenorientierung und sehr gute Kommunikationsfähigkeiten
- Reisebereitschaft, Flexibilität und Vertrautheit mit der Wirtschaftsmentalität
- Kaufmännische Ausbildung im Vertrieb/Marketing/ mind. 2 Jahre Vertriebs Erfahrung

Was wir Ihnen bieten:

- Beide Positionen werden mit einem attraktiven Gesamtpaket, bestehend aus dem Grundgehalt und einer Erfolgskomponente, vergütet. Der Firmenwagen steht auch zur privaten Nutzung zur Verfügung.

Sollten Sie sich angesprochen fühlen, dann freuen wir uns über die Zusendung Ihrer aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen und des möglichen Eintrittstermins an:

Tanja.Kasigkeit@ict-hag.de