

„Nicht einfach nur Hersteller“

Während der Internationalen Eisenwarenmesse in Köln zeichnete der Zentralverband Hartwarenhandel e.V., ZHH, erneut Hersteller von Präzisionswerkzeugen aus, denen der Fachhandel im Jahre 2013 die „beste Zusammenarbeit“ bescheinigte.

Wie fast immer in den letzten Jahren gehörte auch die **Exact GmbH & Co. KG** wieder zu den Preisträgern – Anlass für die EZ Tools & Trade, bei dem Remscheider Hersteller einmal nachzufragen, welche Aktivitäten zur Kundenbetreuung und Kundenbindung konkret unternommen werden. Wie sollte eine Kundenorientierung aussehen, die die Empfänger nachhaltig zufrieden stellt und gleichzeitig positiv in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird? Darauf hat Geschäftsführer **Andreas Oemkes** eine klare Antwort: Es komme in erster Linie auf die richtige Einstellung der Mitarbeiter, sowie die Herangehensweise zu diesem Thema im Unternehmen selbst an. „Wir sehen uns als Dienstleister und versu-

im Remscheider Stadtteil Bergisch-Born. Für den Betrachter und Interessenten hierbei besonders auffällig: Die Aufmerksamkeit und Hochwertigkeit, mit der die Außendarstellung und die Vermarktung der angebotenen Produktlinien „Exact“ und „Eventus“ betrieben wird. Nicht nur, dass die beiden Marken – „Exact“ steht für die ausschließliche Eigenfertigung mit dem Qualitätsanspruch „made in Germany“, die Handelsmarke „Eventus“ für ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis – farblich und grafisch voneinander klar getrennt werden. Auch die in den Verpackungen, Beschreibungen und Informationen verwendeten Bilder und Texte entsprechen höchsten Anforderungen, was Informationsgehalt, Eindruck und Wiedererkennung angeht. Oemkes: „Wir wissen, wie wichtig heute Visualisierung, Image und Wahrnehmung für die Schaffung von Vertrauen und langfristigen Partnerschaften sind. Besonders, wenn die Attribute Produktqualität, Lieferverfügbarkeit und Innovationskraft abgedeckt sind, werden diese Werte zum Tüpfelchen auf dem i“. Kein Wunder also, dass auch beim neu konzipierten und stark erweiterten SB-Programm für den Diy-Bereich die hochwertige Außenwirkung eine große Rolle spielt. „Unsere Kunden sind von der professionellen Aufmachung unserer Produkte sehr angetan und wir erhalten diesbezüglich regelmäßig ein positives Feedback. Der hohe Wiedererkennungswert ist dabei ein wesentliches Kriterium bei der Entwicklung neuer Produktkonzepte bei Exact.“

Kundenbeziehung

Neben der auch vom ZHH positiv bewerteten Abverkaufsunterstützung, Fachhandeltreue und „Realisierte Marge/Marktpflege“ stehen bei Exact besonders die persönliche und intensive Bindung zum Kunden im Fokus. So heißt es im Selbstverständnis des Anbieters von Präzisionswerkzeugen für das Bohren, Senken, Gewinden und Entgraten: „Wir sehen uns nicht einfach nur als Hersteller, der anonym Produkte in den Markt bringt und alle seine Abnehmer über einen Kamm schert. Unsere Philosophie ist es viel-



mehr, für unsere Fachhandelspartner passende, individuelle Vertriebs- und Marketingkonzepte zu entwickeln und bei deren Umsetzung maximal zu unterstützen“. Die 2012 neu strukturierte Händlerbetreuung folgt diesem Ansatz konsequent. Exact arbeitet national wie international schwerpunktmäßig mit eigenen Vertriebs- und Service-Mitarbeitern. „Wir glauben, dass wir damit den Abnehmern aus dem Handel noch mehr Kompetenz und Beratung bieten können. Der direkte Draht zwischen Unternehmen und Fachhandelspartner gewährleistet kurze Reaktionszeiten und schafft Vertrauen. Dies ist der Grundstein für jede gute Partnerschaft“, erklärt Oemkes die Strategie des Unternehmens.

Optimale administrative Unterstützung

Um Abnehmer auch administrativ bestmöglich unterstützen zu können, werden bei Exact in diesem Jahr der elektronische Datenaustausch (EDI) sowie ein so genanntes Product Information Management-System, kurz PIM, eingesetzt. Hauptvorteil von EDI ist, dass der Austausch von Bestellungen, Lieferinformationen und Rechnungen online, blitzschnell und vollständig papierlos erfolgt. Über das PIM-System können wiederum aus einer einzigen Datenquelle heraus Produktdaten, Preise und Warenwirtschaftsinformationen abgerufen und an die Nutzer übermittelt werden. Oemkes: „Wir investieren kontinuierlich in die modernsten, verfügbaren IT-Anwendungen und Kommunikationsmittel, um unseren Kunden stets einen optimalen Informations-/Datenaustausch zu gewährleisten.“

Fotos: EZ, exact



Geschäftsführer **Andreas Oemkes**, rechts, erhält die begehrte Urkunde aus den Händen von ZHH-Präsident **Dr. Paul Kellerwessel**.

chen Tag für Tag so zu denken, als ob wir unsere eigenen Kunden wären. Was würden wir also von unserem Lieferanten erwarten? Welche Dienstleistungen sollten neben dem eigentlichen Produkt verfügbar sein?“ Diese Fragen, vor allem aber die entsprechenden Antworten darauf, so der Geschäftsführer weiter, seien dann die Grundlage für die weiteren Maßnahmen in den jeweiligen Unternehmensbereichen.

Genauerer Blick in Abläufe und Philosophie

Was das konkret heißt, zeigt der genauere Blick in das mittelständische Unternehmen