

DiTech macht auch in High-End-Smartphones

„Vom Schild ablesen kann doch jeder Affe“

Gute Verkäufer hören den Kunden zu. Dann präsentieren sie die passenden Smartphones. Gute Verkäufer reden den Kunden nicht irgendwelche Geräte für den schnellen Verkauf ein. Damit schießen sie sich nur ins eigene Bein. Es liegt aber nicht nur am Fachberater. Auch das Unternehmen muss die richtigen Tools zur Verfügung stellen. Und bei DiTech fühlt sich Verkaufsprofi Thomas Himmer gut aufgehoben.

Von Alexander Zechmeister



Thomas Himmer, Technischer Berater bei DiTech in der Wiener Dresdner Straße weiß, worauf es beim erfolgreichen Smartphone-Verkauf ankommt: „Das Wichtigste ist, dem Kunden zuzuhören“

Es macht keinen Sinn, einfach irgendetwas zu verkaufen“, sagt Thomas Himmer. Seit 13 Jahren ist der 34-Jährige im Computerbereich tätig. „In den Urzeiten haben ich bei Media-Saturn gearbeitet, dann lange Zeit bei Cosmos.“ Vor rund zweieinhalb Jahren heuerte er bei DiTech als Technischer Berater an. DiTech bietet neben Computern seit rund einem Monat auch vertragsfreie High-End-Smartphones an. „Für uns als Berater ändert sich dadurch eigentlich wenig. Diese Smart-

phones sind kleine Computer. Sie passen zum Sortiment.“

Warum soll man Kosten für sich verursachen?

Oberklasse-Geräte sprechen verstärkt technisch versierte User an. Diese kennen sich aus, machen sich im Internet schlau und haben oft schon zwei Geräte in der engeren Auswahl. Obwohl das Internet unzählige viele Informationen ausspuckt, steigt das Bedürfnis nach kompetenter und sachlicher Beratung, bemerkt Himmer. „Und dann geht

es darum, die wirklich beste Lösung für den jeweiligen Kunden zu finden.“ Das Wichtigste sei, dem Kunden zuzuhören, sich für ihn Zeit zu nehmen.

„Ein Verkäufer darf keinen

Druck erzeugen. Er muss offen und ehrlich sein.“ Nur dann lasse sich mit Sicherheit ein Produkt finden, mit dem der Kunde wirklich zufrieden ist. „Wenn ich ihm ein Smartphone verkaufe, das nicht das richtige ist, wird er es zurückgeben. Warum sollte ich etwas verkaufen, was mir selbst Kosten verursacht? Einfach ins Blaue schießen, dem Kunden irgendein Modell anbieten und hoffen, dass er es nicht zurückbringt, das ist ja kein Weg.“ Natürlich, es dauere fünf, zehn Minuten länger, den Kunden richtig zu beraten. Dafür wisse man aber, dass er wiederkommt – aber nicht um das Smartphone zurückzugeben.

Die große DiTech-Filiale in der Wiener Dresdner Straße ist noch geschlossen. Mehrere Kunden warten bereits darauf, dass sich pünktlich um 10 Uhr die Schiebetüren öffnen. Das ist nichts Ungewöhnliches. „Oft sind es sogar mehr Kunden“, sagt Himmer.

Sich & Kunden über den Aha-Effekt begeistern

Für Smartphones lassen sich Verbraucher über den „Aha-Effekt“ begeistern. Der Kunde soll das Gerät in die Hand nehmen, es ausprobieren. „Wenn man Funktionen wie zum Beispiel Augmented Reality (Anm: eine Navigationslösung, die in Echtzeit Point of Interests anzeigt) gesehen hat, versteht man, was ein Smartphone ist und sieht, was technisch machbar ist.“ Eindeutig, dieses Thema begeistert nicht nur die DiTech-Kunden, sondern auch den Berater im roten Hemd.

Dieser Enthusiasmus ist es, den gute Verkäufer in der Telekombranche brauchen. „Man kann nicht verkaufen und vorführen, was man nicht gut kennt“, weiß Himmer. „Schilder ablesen kann jeder Affe aus dem Tierpark Schönbrunn. Es muss

„Dem Kunden irgendein Modell anbieten und hoffen, dass er es nicht wieder zurückbringt, das ist ja kein Weg.“

Thomas Himmer, Technischer Berater bei DiTech, hält nichts vom schnellen Einmalverkauf





Die DiTech-Chefs Damian Izdebski und Aleksandra Izdebska haben seit einem Monat High-End-Smartphones im Sortiment

echtes Interesse da sein.“ Perfekt kann man das Telefon nicht kennenlernen. „Bis es soweit ist, ist der Nachfolger auf dem Markt.“ Ein Telekomverkäufer muss aber die Materie leben. „Denn sonst ist Verkaufen nur ein Job. Und das ist zu wenig.“

Allerdings muss auch das Unternehmen selbst die geeigneten Werkzeuge bereitstellen. Bei DiTech hat Himmer die

Chance, die Geräte umfangreich auszutesten, Fragen an die Industriepartner zu stellen. Wöchentlich stehen zwei- bis dreistündige Schulungstermine auf dem Programm, um die Smartphones am POS perfekt präsentieren zu können. „Das sind aber nicht nur irgendwelche Produktpräsentationen. Wir werden auf die kleinsten und hochtechnischsten Fea-

tures eingeschult. Da sind Dinge dabei, die wahrscheinlich zwei Drittel der normalen Regalbetreuer nicht wissen. Da geht's zum Beispiel um die perfekte Datenübertragung vom alten aufs neue Telefon.“ Es gebe einen Unterschied zwischen einer Produktpräsentation und einem Training. Wirklich hardcore seien die Microsoft-Trainings. „Die muss man dafür loben.“

Auch „banale“ Fragen sind entscheidend

Qualität und Schärfe des Displays, gefolgt von Größe und Gewicht des Smartphones, diese Eigenschaften sind für viele Kunden entscheidend. „Erst danach kommt die Akkulebensdauer.“ Aber nicht nur die klassischen Features werden nachgefragt, ein guter Verkäufer muss über viel banalere Dinge Auskunft geben können. Wie trägt sich das Smartphone? Wird es in der Hand warm? Kann man es gut in die Hosentasche stecken? „Wichtig ist es, die Fragen des Kunden in klaren, kompe-

tenen Sätzen zu beantworten.“

Und natürlich: Angebotene Smartphones müssen verfügbar sein. Es gebe Internetshops, die mit Smartphones locken, die sie nicht haben. „Das ist nicht unser Weg. Unser Weg hat nachhaltig Erfolg“, sagt Himmer.

Die Zeichen dafür stehen gut. DiTechs Smartphone-Engagement ist stark gestartet. Gleich von Anfang an gingen einige Modelle weg wie die warmen Semmeln. „Viele Kunden wollen einfach das neueste Smartphone haben. Wenn ein Nachfolger am Markt ist, geben sie ihr Modell weiter. Das ist zwar nicht der Hauptstrom, aber der Trend ist da“, sagt Himmer.

Er persönlich begrüßt den von DiTech eingeschlagenen Weg Richtung vertragsfreie Telefonie ohne Bindung an einen Provider. „Die Sim-Only-Tarife sollte man sich wirklich einmal ansehen und dann das Ganze durchrechnen“, empfiehlt er. DiTech wird den Smartphone-Bereich jedenfalls noch massiv ausbauen und erweitern.