



Hörmann KG Verkaufsgesellschaft
Tore · Türen · Zargen · Antriebe

Lisa Modest-Danke

Verena Lambers

Sophie Eiling

E-Mail: pr@hoermann.com

Download Texte und Bilder:
www.hoermann.de/presse

Bild 1: Hörmann bietet seinen Vertriebspartnern für eine effizientere Zusammenarbeit und die lokale Bewerbung der Marke Hörmann sowie der Produkte verschiedene digitale Maßnahmen und Systeme an. Hörmann Partner sparen somit Zeit und Marketingbudget.

Digitales Arbeiten mit Hörmann:

„Wir müssen es unseren Vertriebspartnern so einfach wie möglich machen!“

Digitalisierung in der Baubranche ist längst kein Mythos mehr, sondern in allen Ebenen der Wertschöpfungskette angekommen. Dass sich einige Lösungen dennoch schwer durchsetzen und vieles noch gedruckt und analog konsumiert wird, liegt nicht an den fehlenden Vorteilen. Im Gegenteil: die Digitalisierung kann Prozesse deutlich effizienter machen und die lokale Präsenz von Fachhandel und Handwerk stärken. Hörmann sieht die teilweise träge Durchsetzungskraft digitaler Maßnahmen in deren Komplexität und dem erforderlichen Know-how. Das Unternehmen sieht sich als Hersteller in der Pflicht, es Handel und Handwerk so einfach wie möglich zu machen.

„Prozesse zu digitalisieren und die Kanäle des Digitalmarketing zu nutzen, erfordert Fachkenntnis und Ressourcen, die viele und vor allem kleinere Betriebe nicht haben“, meint Lisa Modest-Danke, Marketingleiterin bei Hörmann. Dabei böte eine stärkere Digitalisierung von Herstellern und Vertriebspartnern neue Möglichkeiten, gemeinsam noch mehr Geschäft zu machen. Mit Digitalisierung sind bei Hörmann in diesem Zusammenhang zwei Aspekte gemeint: Zum einen eine digitalere Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern von der Angebotserstellung bis hin zur Reklamationsbearbeitung und zum anderen eine intensivere Präsenz der Partner in digitalen Marketingkanälen wie z. B. der Website, Google und Social Media. „Besonders in Zeiten des Personalman-

gels müssen sich Handel und Handwerk auf ihr Kerngeschäft Beratung, Verkauf und Service konzentrieren können. Wir müssen es unseren Vertriebspartnern deshalb so einfach wie möglich machen, mit Hörmann digital zusammenzuarbeiten und unsere Produkte auch digital zu bewerben“, so Lisa Modest-Danke.

Der Tor- und Türhersteller bietet bereits heute ein breit gefächertes Angebot an digitalen Maßnahmen für eine noch effizientere Zusammenarbeit und zur Unterstützung der digitalen, lokalen Präsenz seiner Partner an. In einem Login-geschützten Bereich der Website, dem Hörmann Händlerforum, erhalten Hörmann Vertriebspartner aus Handel und Handwerk benutzerdefinierten Zugang zu verschiedenen Anwendungen. Neben Informationen zu Lieferzeiten und Produkten, Schulungsangeboten und produktbegleitenden Dokumenten bietet das Händlerforum den Absprung in die von Hörmann eigens entwickelten Systeme zur Angebots- und Auftragsabwicklung, Auftragsansicht, Absatz- und Umsatzübersicht, Ersatzteil- und Zubehörbestellung sowie zur Reklamationsbearbeitung. Zudem werden Stammdaten als Exportdatei zur Übertragung an Partner-Warenwirtschaftssysteme zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus können Händler und Verarbeiter sich über zahlreiche digitale und analoge Marketingmaßnahmen von und mit Hörmann informieren und diese bestellen bzw. downloaden.

Hörmann Angebots- und Auftragssystem iHAAS: Effiziente Bestellprozesse

Besondere Vorteile in Sachen digitaler Zusammenarbeit bietet das Hörmann Angebots- und Auftragssystem iHAAS, das den Vertriebspartnern nahezu alle Funktionen eines Warenwirtschaftssystems bereitstellt. Händler und Handwerker können darin klagestellte Produktkonfigurationen und Angebote für den Endkunden erstellen. Anschließend können die erstellten Angebote direkt in einen Auftrag umgewandelt und automatisiert an Hörmann übergeben werden. Die jeweiligen Einkaufskonditionen sind direkt im System hinterlegt und werden automatisch auf jeden Auftrag angewendet. Zudem ist eine individuelle Bearbeitung der Einkaufs- und Verkaufspreise möglich, um die eigene Marge individuell anzupassen. Neben dem Einsehen der Auftragshistorie und der Nachverfolgung ist es Hörmann Partnern auch möglich, eigene Positionen für z. B. die Montage anzulegen und in den Angeboten zu integrieren.

Ein weiterer großer Vorteil des iHAAS ist die Abbildung von Verbundstrukturen. Vertriebspartner mit mehreren Standorten können somit übergreifend im Hörmann Angebots- und Auftragssystem arbeiten und benötigen dafür nur eine Lizenz. Dabei können die verschiedenen Zugänge mit unterschiedlichen Berechtigungen ausgestattet werden. „Die Nutzung unseres Angebots- und Auftragssystems iHAAS zahlt

Hörmann KG Verkaufsgesellschaft
Tore · Türen · Zargen · Antriebe

Lisa Modest-Danke

Verena Lambers

Sophie Eiling

E-Mail: pr@hoermann.com

Download Texte und Bilder:
www.hoermann.de/presse

sich sowohl für unsere Vertriebspartner als auch für uns als Hersteller aus. Auf beiden Seiten wird wertvolle Zeit gespart, manuelle Prozesse werden automatisiert und Fehler vermieden, indem die technische Klarstellung nicht manuell, sondern automatisiert durch das System erfolgt. Bei Bedarf ist auch das Anbinden an die Warenwirtschaft unserer Partner per Schnittstelle möglich“, resümiert Melina Göwert, Projektkoordinatorin Vertriebsorganisation und -controlling. Auch die Ersatzteilbestellung kann bei Hörmann digital erfolgen. „Auch wenn die Vorteile auf der Hand liegen, bieten wir unseren Vertriebspartnern zusätzlich auch einen finanziellen Anreiz, wenn sie mit unseren Systemen arbeiten und gewähren auf jeden Produkt- und Zubehörauftrag 3 % Rabatt sowie auf Ersatzteilaufträge sogar 10 %“, so Melina Göwert.

Wertvolle Leadgenerierung: Lokale Bekanntheit steigern und mehr Umsatz generieren

Auch digitales Marketing soll in Zusammenarbeit mit Hörmann möglichst unkompliziert sein: „Wir erleben einen deutlichen Anstieg an Anfragen zur Unterstützung bei Digitalmarketingmaßnahmen seitens unserer Vertriebspartner“, sagt Lisa Modest-Danke. „Eines unserer Ziele in diesem Jahr ist die einfache Bereitstellung von digitalen Marketingmaßnahmen und dem entsprechenden Know-how.“ Dabei setzt Hörmann sowohl auf eigene Maßnahmen zur deutschlandweiten Bewerbung der Marke Hörmann als auch auf Maßnahmen, die den Partnern des Herstellers für deren lokales Marketing bereitgestellt werden. „Das Tool „Leadtributor“ erlaubt es uns, Angebotsanfragen, die wir dank umfangreicher Suchmaschinen-Kampagnen auf unserer Website generieren, an angeschlossene Vertriebspartner weiterzugeben.“ Neben dieser Chance, zusätzlichen Umsatz zu generieren, kann Leadtributor auch als Tool zur Selbstorganisation genutzt werden, indem man sich z. B. Aufgaben auf Wiedervorlage legen und Gesprächsnotizen anlegen kann. „Im Prinzip ein kleines CRM-System“, so Modest-Danke.

Auch zur eigenen Leadgenerierung bietet Hörmann seinen Partnern verschiedene Maßnahmen an. Beispielsweise kann der „Tor- und Tür-Konfigurator“ des Herstellers auch in die Website der Vertriebspartner eingebunden werden und die darin entstehenden Anfragen via Code im Angebots- und Auftragssystem iHAAS aufgerufen und in einen Auftrag umgewandelt werden. „Dieses Tool bietet großes Potenzial, denn wer lokal nach einem Händler sucht und auf dessen Website eine Anfrage für ein konfiguriertes Produkt abschickt, ist mit großer Wahrscheinlichkeit ganz nah an der Kaufentscheidung“, so die Hörmann Marketingleiterin. Doch dieses Potenzial würde noch zu wenig genutzt, da nur wenige Partner lokale Google-Kampagnen umsetzen und die Websites der Vertriebspartner demnach oft nur schlecht von potenziellen Kunden gefunden werden. „Um die lokalen Suchen wie z. B. „Garagentor kaufen Bielefeld“, in Google zu-

Hörmann KG Verkaufsgesellschaft
Tore · Türen · Zargen · Antriebe

Lisa Modest-Danke

Verena Lambers

Sophie Eiling

E-Mail: pr@hoermann.com

Download Texte und Bilder:
www.hoermann.de/presse

künftig bedienen zu können, bieten wir unseren Partnern schon bald eine neue Möglichkeit an, einfach und unkompliziert Google- und Social Media-Anzeigen zu schalten. Unsere Kunden müssen dann lediglich das Thema, den Zeitraum und das Mediabudget definieren. Die Anzeige, Landingpage mit Leadgenerierung und optimierte Ausspielung der Kampagne werden zuvor durch Hörmann konzipiert und automatisch umgesetzt. Dadurch sparen sich unsere Partner das Einarbeiten in die Thematik, die Gestaltung und Erstellung der Anzeigenkampagne und Landingpage und somit vor allem wertvolle Zeit. Tagesaktuelle Auswertungen und eine Beratungshotline ergänzen das Angebot“, erklärt Lisa Modest-Danke.

Hörmann möchte weiter in das Thema digitale Vertriebsunterstützung investieren: „Wir möchten es zwar so einfach wie möglich machen, aber klar ist auch, dass sich jeder mit der Digitalisierung beschäftigen muss. Deshalb werden wir unser Angebot an bereitgestellten Systemen, Tools und Maßnahmen dieses Jahr ebenfalls um Schulungsangebote zur Know-how-Vermittlung ergänzen“, blicken Lisa Modest-Danke und Melina Göwert in die Zukunft.

(8.024 Zeichen inkl. Leerschläge)

Hörmann KG Verkaufsgesellschaft
Tore · Türen · Zargen · Antriebe

Lisa Modest-Danke

Verena Lambers

Sophie Eiling

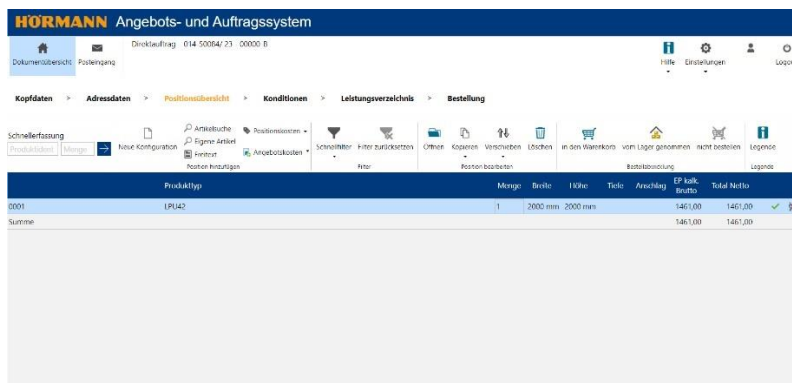
E-Mail: pr@hoermann.com

Download Texte und Bilder:
www.hoermann.de/presse

Bilder und Bildunterzeilen:



Bild 2+3: Lisa Modest-Danke (l.), Marketingleiterin, und Melina Göwert (r.), Projektkoordinatorin Vertriebsorganisation- und -controlling von Hörmann, sprechen über die Chancen der Digitalisierung für die Baubranche und die Angebote, die Hörmann seinen Vertriebspartnern dahingehend macht.



Hörmann KG Verkaufsgesellschaft
Tore · Türen · Zargen · Antriebe

Lisa Modest-Danke

Verena Lambers

Sophie Eiling

E-Mail: pr@hoermann.com

Download Texte und Bilder:
www.hoermann.de/presse

Bild 4: Im Hörmann Angebots- und Auftragsystem iHAAS können Hörmann Partner klargestellte Produktkonfigurationen durchführen und ein Angebot erstellen. Anschließend kann dieses in einen Auftrag umgewandelt und automatisiert an Hörmann weitergegeben werden. Das System bildet auch Verbundstrukturen ab: Partner mit mehreren Standorten können diese zentral mit nur einem Zugang verwalten.

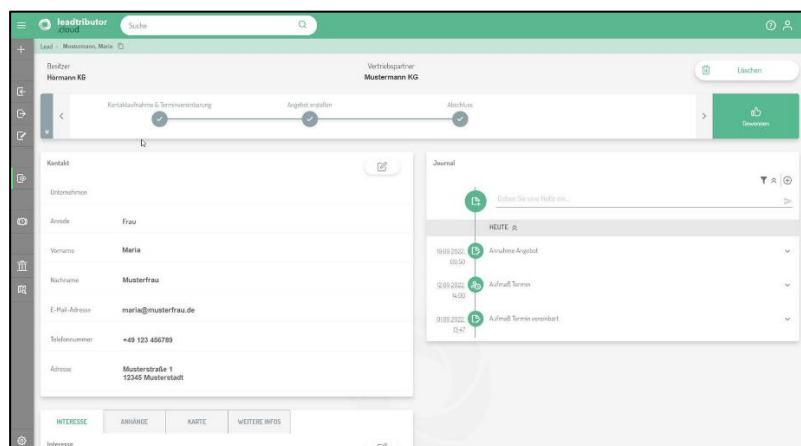
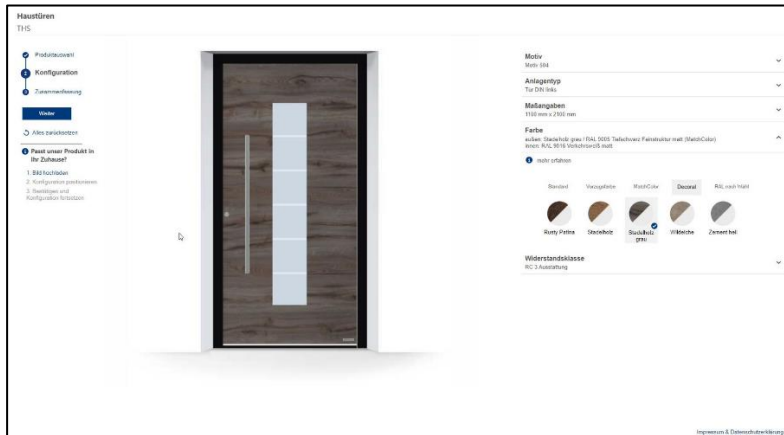


Bild 5: Innerhalb des Tools „Leadtributor“ gibt Hörmann auf der eigenen Website generierte Leads an teilnehmende Vertriebspartner weiter. Die Leads werden auf sogenannten „produktspezifischen Marktplätzen“ angeboten und durchlaufen dann von der Kontaktaufnahme bis zum gewonnenen oder verlorenen Auftrag mehrere Phasen.



Hörmann KG Verkaufsgesellschaft
Tore · Türen · Zargen · Antriebe

Lisa Modest-Danke

Verena Lambers

Sophie Eiling

E-Mail: pr@hoermann.com

Download Texte und Bilder:
www.hoermann.de/presse

Bild 6: Den Tor- und Türkonfigurator können Hörmann Vertriebspartner in ihre Website einbinden und damit wertvolle Leads generieren. Die Konfiguration kann im Hörmann Angebot- und Auftragsystem iHAAS aufgerufen und in ein Angebot sowie anschließend in einen Auftrag umgewandelt werden. Die zu konfigurierenden Produkte werden durch Hörmann automatisiert aktualisiert, sodass für den Vertriebspartner kein Pflegeaufwand entsteht.

Fotos: Hörmann