Kolumne von Oliver Scheel

Wer suchet, der findet

Liebe Leser, liebe Leserinnen,

das Internet ist heute aus unserer Welt nicht mehr wegzudenken. Über das Internet werden Wohnungen gesucht und auch gefunden, und wer seinen Dachboden entsorgen möchte, findet vielleicht sogar auf Ebay einen Abnehmer.

Dabei ist es gar nicht so lange her, da gab es kein Internet. Tim Berners-Lee entwickelte um das Jahr 1989 die Grundlagen unseres heutigen World Wide Web. Und am 6. August 1991 war es dann soweit: Tim Berners-Lee machte das Projekt eines Hypertext-Dienstes via Usenet öffentlich und damit erstmalig weltweit verfügbar.

Was folgte war eine Goldgräberstimmung. Manch einem ging es dann so ähnlich wie neulich Mick Brown in Australien. Der fand nämlich mit Hilfe eines Metalldetektors einen Goldklumpen mit 87 Unzen. Das sind 2,5 Kilogramm. Den genauen Fundort in der Umgebung von Wedderburn, gut 200 Kilometer nordwestlich von Melbourne, hält Brown noch heute geheim. Wahrscheinlich erhofft er sich mehr Gold. Die Gegend hat den Spitznamen Goldenes Dreieck. Bereits Ende des 19. Jahrhunderts gab es dort einen richtigen Goldrausch.

Im Internet hingegen sind die Zeiten des Goldrausches vorbei. Dennoch kann man auch hier Schätze finden. Zum Beispiel in Form von guten Angeboten. Das ist ja dann auch eine Art von Schatzsuche. Dabei benötigt man nicht mal einen Metalldetektor, sondern muss einfach nur die Augen offen halten. Aber lesen Sie am besten den folgenden Artikel. Der beschreibt, wie eine Firma vieles goldrichtig macht.

Viel Freude beim Lesen
Ihr Oliver Scheel

„Der richtige Sensor zur richtigen Zeit am richtigen Ort“

Sensoren rein über das Internet zu vertreiben ist gewagt. Schließlich ist gerade im Web die Bindungsbereitschaft der Kunden besonders niedrig. Um dennoch überzeugen zu können, muss sich der Online-Anbieter klar positionieren. Lesen Sie hier, wie sich das Unternehmen dieser Marketing-Aufgabe stellt.

Autosen setzt seit Beginn auf ein schlankes Sortiment innerhalb der Positionssensorik, in dem der Anwendernutzen im Vordergrund steht – nicht das Ausreizen technischer Möglichkeiten zu Lasten der Praxistauglichkeit. Ob da nicht die Individualität auf der Strecke bleibe? Keineswegs, folgt man Philipp Boehmert, Handlungsbevollmächtigter mit der Gesamtverantwortung für die Bereiche Marketing und Vertrieb bei Autosen. „Das Sortiment zu vereinheitlichen heißt keineswegs, die Anforderungen der Kunden über einen Kamm zu scheren. Ganz im Gegenteil: Unser Anspruch ist es, mit möglichst wenig Geräten möglichst viele Anwendungen abzudecken.“ Das habe etwas mit Effizienz zu tun und mit Wirtschaftlichkeit, aber auch mit Respekt dem Kunden gegenüber: „Hand aufs Herz: Sensoren gehören nicht unbedingt zu den Dingen, mit denen sich ein Produktionsleiter allzu intensiv beschäftigen müssen sollte. Da gibt es wichtigeres, solange die Geräte zuverlässig funktionieren“, so Boehmert.

Sensoren sind für viele also eher Low-Involvement-Produkte – so wichtig sie für den reibungslosen Betrieb auch sind. Umso wichtiger ist eine eigenständige Markenpersönlichkeit, um eine nachhaltige Kundenbindung aufzubauen. Autosen setzt dabei auf ungewöhnliche Werbung, die zum Beispiel gängige Vorurteile gegen Online-Anbieter humorvoll aufs Korn nimmt. Dazu kommt eine klare Positionierung als Qualitätsanbieter. Das Unternehmen führt unter eigenem Label eine Auswahl induktiver und optischer Sensoren etablierter deutscher Hersteller. Im Programm sind Produkte bis in die höchsten Schutzarten, darunter auch Geräte der High-Resistance-Class für raue Umgebungen wie im Werkzeugmaschinenbau. Grundsätzlich erhalten ausschließlich universell einsetzbare Sensoren das grüne Qualitätssiegel, um im Dschungel der Baugruppen und Gerätetypen eine Orientierung zu geben und dem Anwender die Beschaffung zu erleichtern. So finden sich identische Autosen-Typen zum Beispiel in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie oder dem Maschinenbau – meist als Nachrüst- oder Ersatzteile.

Interaktiver Produktvergleich

Dieser Ansatz spiegelt sich auch auf der Website des Anbieters wider, der seine Produkte zu günstigen Konditionen vertreibt. Natürlich können sich auf der Seite Experten auch bis ins Detail über die technischen Spezifikationen jedes einzelnen Sensors informieren. Das Gros der Kunden aber nutzt den interaktiven Produktvergleich, um kompatible Geräte zu den in der Regel deutlich teureren Wettbewerbs- beziehungsweise Vorgängerprodukten der Erstausrüster zu finden.

Die Kompatibilität der Autosen-Sensoren ermöglicht einen schrittweisen Anbieterwechsel im laufenden Betrieb. Für den Vergleich genügt es, die Produktbezeichnung des bisherigen Lieferanten einzugeben, um das preiswerte Pendant zu finden. Über 10.000 Geräte sind hinterlegt. Der Nutzer kann nach dem Hersteller oder direkt nach der Artikelnummer suchen. Ein Abgleich führt schnell zum entsprechenden Gerätetyp.

Virtuelle Produktberatung

Dem Kompatibilitätsvergleich hat Autosen nun eine virtuelle Produktberatung zur Seite gestellt, die eine Auswahl über die Anwendung des Kunden ermöglicht. Dieser wird Schritt für Schritt durch das Tool geführt, immer von einfachen Erklärungen begleitet – bis hin zur Bestellung und Lieferung innerhalb der nächsten 24 Stunden. Die Abfrage umfasst die wesentlichen Informationen zum Einsatzbereich sowie den Umgebungsbedingungen und zeigt eine Auswahl der entsprechenden Geräte. Von hier sind es nur noch wenige Klicks bis zur Bestellung und der Auslieferung am nächsten Werktag. Mit der virtuellen Produktberatung legt Autosen den Fokus noch stärker auf das Fulfillment, also die gesamte Lieferkette bis zur Auslieferung vor Ort. „Unser Produkt ist das Gesamtpaket aus Technik und Logistik: der richtige Sensor zur richtigen Zeit am richtigen Ort.“

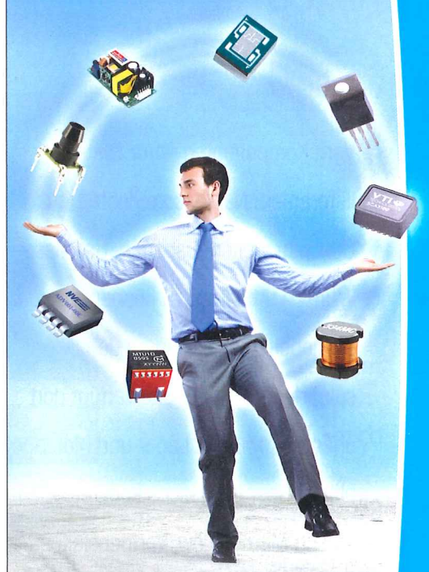
Autor
Philipp Boehmert, Marketing und Vertrieb

KONTAKT

Autosen GmbH, Essen
Tel.: +49 201 749 189 21
www.autosen.com

IS-LINE
Innovative Solutions

Für Sensoren und Leistungselektronik...



... setzen wir alles in Bewegung

IS-LINE liefert
Rund-um-Betreuung
von Ihrer ersten Idee bis zu
Ihrem fertigen Produkt.

PCIM EUROPE Halle 9 Stand 431
Nuremberg, 19 – 21 May 2015

SENSOR+TEST 2015
DIE MESSTECHNIK-MESSE
Halle 12 / Stand 311

IS-LINE GmbH
Tel. 089/374 288 87-0
info@is-line.de

www.is-line.de