



ICH WILL DAS SYSTEM – ABER MÖCHTE MEIN KUNDE ES AUCH?

TIPPS AUS DER PRAXIS: SO ÜBERZEUGEN SIE JEDEN KUNDEN

Stellen Sie sich vor, Sie hätten in Ihrem Leben noch nie telefoniert. Ob Kunden, Verwandte oder Freunde – Kommunikation auf Distanz nehmen Sie auf dem Postweg vor, denn Sie wissen nicht, dass es das Telefon gibt. Würden Sie einen Umstieg aufs Telefon ablehnen, wenn es Ihnen jemand vorstellen würde?

Es erfüllt die gleiche Aufgabe wie die Post: Kommunikation über längere Strecken. Nur ist telefonieren schneller, transparent, effektiver – mit anderen Worten **“zeitgemäß”**. Die meisten würden sich für das Telefon entscheiden.

So geht es oft auch Ihren Kunden – Sie wissen nicht, dass es die digitalen Fallensysteme gibt. Eine **Vorführung in der Praxis**, gekoppelt an das **passende Argument**, ist in vielen Fällen bereits der entscheidende Teil der Überzeugungsarbeit.

In diesem Artikel haben wir Tipps und Tricks für Sie gesammelt, wie Sie bei jedem Kunden die richtige Ansprache finden.

HOHER BEFALLSDRUCK – HOHE CHANCEN

“Als wir das dann (dem Kunden) mal zeigen konnten, [...] ja, seitdem sind wir da Dauergast“, erinnert sich Niklas Ertan Treu (Bougé Schädlingsbekämpfung) an seine ersten Erfahrungen mit den Lösungen von traplinked. Der Schädlingsbekämpfer aus Aachen entschied sich für den Einsatz digitaler Fallen erstmals bei einer **Akutbekämpfung** in einer Bäckerei. Nicht nur führten die fernüberwachten Schlagfallen zu einer **schnellen Beseitigung des Problems** – sie dienten auch als **Praxis-Demonstration**. Im Anschluss an die Akutmaßnahme behielt der begeisterte Bäcker die Fallensysteme gleich zum Permanent Monitoring da. **Dies ist bei Weitem kein Einzelfall.**



“Wir haben 15 Fallen installiert und **in der ersten Nacht in zwei Fallen drei Ratten gefangen**“, beschreibt Sebastian Hackbarth (Hackbarth Schädlingsbekämpfung & Wildtiermanagement) seinen jüngsten Erfolg. Nach einer wirkungslosen Köderbehandlung durch einen Vorgänger hatte der Schädlingsbekämpfer aus Sieverstedt seinen Kunden davon überzeugen können, **probehaltiger einige wenige digitale Schlagfallensysteme** aufzustellen. Gleich am zweiten Tag war die Skepsis des Kunden in Staunen umgeschlagen. “Danach kam dann die Ansage: Tu uns bitte den Gefallen, statte den ganzen Betrieb aus“, resümiert Hackbarth. Auch hier sei der Aspekt der Vorführung besonders wichtig gewesen: **“Man zeigt dem Kunden: Schau dir an, es funktioniert.”**

Off lohnt es sich also, auf den Versuch zu bestehen. Die traplinked Systeme in Aktion zu sehen und sich ein eigenes Bild machen zu können, wiegt fast immer mehr als bloße Worte. Manche **Vorteile muss Ihr Kunde selbst erlebt** haben, um sie zu glauben: So kann zum Beispiel in Lebensmittelbetrieben der Einsatz von Schlagfallen besonders effektiv sein, da Sie genau die **Nahrung als Lockmittel** verwenden können, die bereits Fraßspuren aufweist. Die Fernüberwachung und automatische Dokumentation bieten darüber hinaus einmalige Vorteile wie das Beobachten von Nagerbewegungen. So identifizieren Sie **Einfallstore** schnellstmöglich und **heben Nester aus**, die Sie mit Einsatz von Fraßködern nicht gefunden hätten.



DAS INDIVIDUELLE ARGUMENT FINDEN

“Den Kunden, der gar nichts damit zu tun haben will, den gibt es nicht”, stellt Sebastian Hackbarth selbstsicher fest. Seine Aussage kann er leicht belegen, denn der breite **Kundenstamm** des norddeutschen Schädlingbekämpfers ist **vollständig digital**. Digitale Schädlingbekämpfung sei für jeden Kunden von Vorteil, man müsse nur das richtige, individuelle Argument finden.

Gerade bei Kunden mit moderatem Befallsdruck, die also weder unter hohem Befallsdruck leiden noch vollständig befallsfrei sind, ist die **Wahl der richtigen Ansprache entscheidend**. Letztendlich profitiert jeder Kunde von digitaler Schädlingbekämpfung – doch **wovon genau profitiert Ihr konkretes Gegenüber?**

Ist der Kunde von Ihrem Experten-Status überzeugt und Geld spielt keine Rolle? Dann ist es ein leichter Fall. Doch meist ist die Situation etwas komplexer.

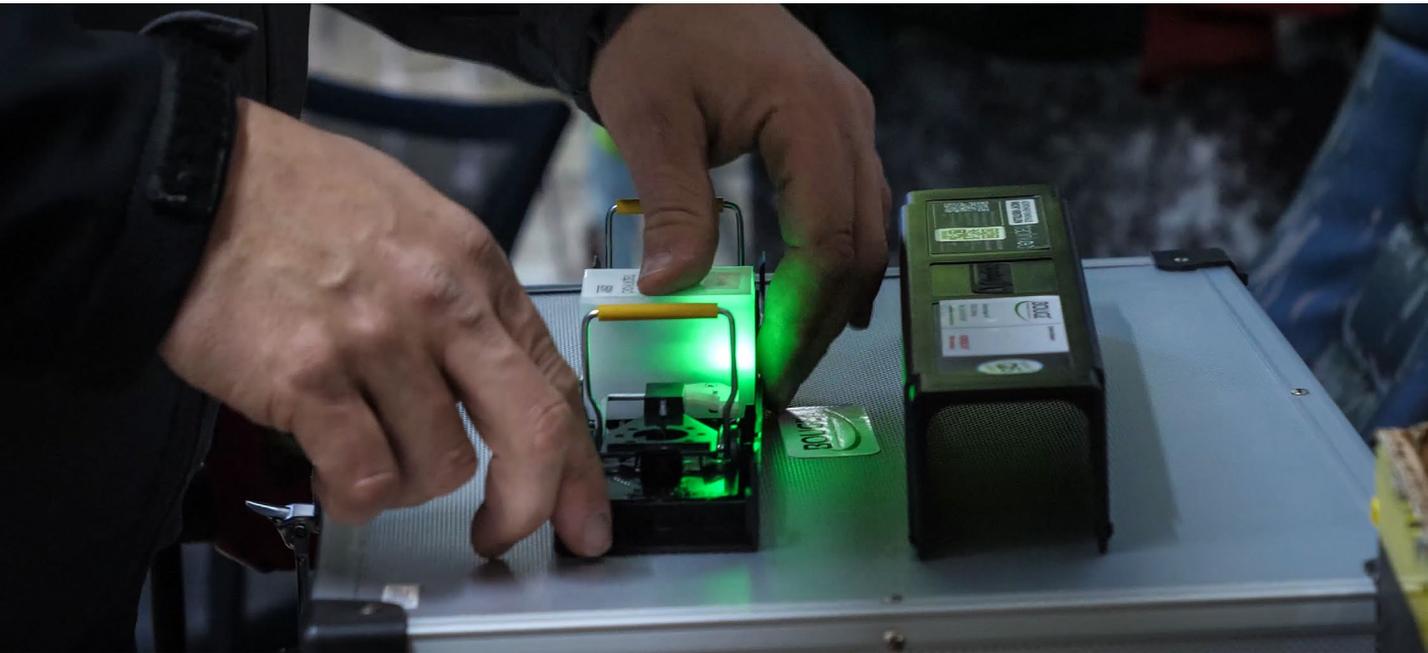
“Für einen anderen Kunden ist es so, am Ende des Tages zählt das, was er in seiner Kasse hat”, weiß Sebastian Hackbarth. “Aber auch da gibt es Mittel und Wege, denn wir reden hier nicht von Kosten, sondern von Investitionen [...] in seinen Betrieb, in seine Zukunft und in seinen Umsatz.” Je weniger Schaden der Kunde an seiner Ware hat, desto besser könne er sie verkaufen und hätte weniger Abschreibungen. Auch hier zahle sich das System aus.

“Andere Kunden wiederum kann man über die Punkte ‘Nachhaltigkeit’, ökologisches Arbeiten und Umweltbewusstsein (bekommen)”, erklärt Hackbarth. “Letztendlich geht es darum, den Kunden zufriedenzustellen und der **Kunde ist glücklich, wenn er keine Schädlinge hat.**” Darauf müsse die Argumentation für den Einsatz der Digitalfallen immer hinauslaufen.

Einen ganz anderen Einstieg ins Permanent Monitoring hat die Sonnenburg GmbH aus Nordkirchen gefunden. Hier wollte ein Kunde den langwierigen, mühseligen Prozess einer Akutbehandlung mit Toxködern nicht wiederholt sehen und gab den Auftrag für ein zuverlässiges, modernes System, das großflächigen Befall verhindert. "Es hat mit herkömmlichen Systemen, **mit Giftködern, sehr lange gedauert**, bis wir den Befall im Griff hatten", erinnert sich Technischer Leiter Michael Prior. "Es muss doch auch was besseres, einfach, **was schnelleres geben, um solche Befälle schnell und sicher in den Griff zu kriegen**", lautete der Gedankengang, der zum Frühwarnsystem von traplinked führte.

"Wir versuchen bei den Gesprächen mit unseren Kunden sie davon zu überzeugen, dass dieser Weg mit den digitalen Fallen der Weg ist, der [...] vielleicht etwas teurer ist, aber dafür wesentlich mehr Sicherheit bietet", beschreibt Prior die Unternehmensphilosophie. Die praktiziert die Firma Sonnenburg mit Erfolg: über 2.000 digitale Systeme hat der Schädlingsbekämpfer im Einsatz.

Firma SchädEx aus Mönchengladbach betreut hingegen einen Supermarkt, der die automatisch dokumentierten Fallendaten nutzt, um durch die **nachverfolgbare Schadnagerbewegung** zu beweisen, dass bauliche Mängel im gemieteten Objekt zum Befall führen. Der Vermieter soll so verpflichtet werden, Nachbesserungen durchzuführen.



Wenn Sie mit Ihrem Kunden sprechen, lohnt es sich also, **genau zuzuhören und das ganz individuelle Problem zu verstehen**, das mit digitalen Fallensystemen gelöst werden kann. Im zweiten Schritt bietet sich der oben beschriebene Versuchslauf an, um Ihrem Kunden die Vorzüge der Digitalfallen in der Praxis vorzuführen. So werden auch schwierige Kunden zu glücklichen Kunden.



KEIN BEFALL? OPTIMAL!

Lohnt sich der Einsatz digitaler Fallensysteme, wenn Ihr Kunde keinen Befall hat? Die Antwort ist: ja. Gerade, wenn kein Befall vorherrscht, können sowohl Sie als auch Ihr Kunde besonders profitieren. "Man sagt 'Pass auf, ja, wir haben **ein bisschen höhere Investitionskosten, aber du hast den Vorteil – deine monatlichen Kosten sinken**'", beschreibt Schädlingsbekämpfer Hackbarth seine übliche Argumentation in dieser Situation. "Ich kann dir jetzt einen ganz anderen Preis anbieten, weil ich ganz anders arbeiten kann."

Indem Sie alle Kontrollpunkte (Nager und Insekten) durch die Sensormodule JERRY und TOM ersetzen, können Sie das **Besuchsintervall theoretisch auf ein Mal pro Jahr senken**. Das bedeutet große Einsparungen – sowohl in den Aspekten Fahrkosten und Arbeitszeit, aber natürlich entfällt auch der monatliche Ködertausch. Einen Teil dieser **Einsparungen können Sie an Ihren Kunden weitergeben**. Für diesen senkt sich also die Monatspauschale, während die **Servicequalität** dank permanenter Überwachung und Echtzeit-Benachrichtigung **steigt**.

Darüber hinaus gibt es besondere Kunden, bei denen bereits von den Auflagen her der Einsatz (fernüberwachter) Schlagfallen naheliegt, zum Beispiel in der **Pharmaindustrie** oder bei **AIB**-zertifizierten Bäckereien.

ERFOLG IST, WENN BEIDE PROFITIEREN

Ihre Vorteile, die Sie durch digitale Fallensysteme genießen, liegen auf der Hand – Transparenz, schnellste Reaktion, Ursachenforschung, Automatisierung von Aufgaben, die keinen erfahrenen Experten erfordern. Kurzum: **Digitale Schädlingsbekämpfung eröffnet Ihnen eine ganz neue Art, zu arbeiten.** Doch welche konkreten Vorteile können Sie dadurch jedem einzelnen Ihrer Kunden bieten? **Welches Problem können Sie lösen?** Diese Fragen müssen Sie sich stellen, um die Vorzüge digitaler Schädlingsbekämpfung mit einem glücklichen Kunden zu teilen.

Dabei spielt die Vorführung, der Testlauf, oft eine entscheidende Rolle. Mit den praktischen **Einsatzkoffern von traplinked**, dem "Starter Set" gelingt Ihnen das flexible, mobile Arbeiten besonders gut. Das Set beinhaltet Fallen, Netzwerkgeräte und auch ein Messgerät, um die Platzierung vor Ort zu optimieren. Bestellen Sie bequem auf shop.traplinked.com und probieren Sie es aus! Auf das Starter Set bieten wir für Neukunden in den ersten drei Monaten eine Geld-Zurück-Garantie an. So können Sie sich guten Gewissens von der Nutzerfreundlichkeit des führenden digitalen Fallensystems am Markt überzeugen.



Einscannen und
bestellen auf
shop.traplinked.com

In diesem Dokument zitierte Videos:

https://youtu.be/3h7MsG_iGs
(Bougé)

https://youtu.be/-zUuxLD_tS8
(Hackbarth)

<https://youtu.be/bQQDXNv3GjM>
(Sonnenburg)

Hinweis: Wir ziehen lediglich eine Bearbeitungsgebühr vom Erstattungsbetrag ab. Retournierte Fallensysteme werden nicht wiederverkauft.

