

Das technische Verkaufshandbuch

Technisch orientierte Verkaufshandbücher dienen dem Vertriebsmitarbeiter als Präsentationshilfe beim Verkaufsgespräch. Sie stellen also keine produktbegleitende, sondern eine die Kaufentscheidung erst fördernde Informationsmöglichkeit dar. Deswegen verbleiben sie auch beim Vertrieb, während bei-

spielsweise die Betriebsanleitung in die Hände des Käufers übergeht. Anhand eines Projekts für die Staefa Control System AG und mit freundlicher Genehmigung dieser wird gezeigt, wie wir einige Anforderungen an ein solches Verkaufshandbuch in die Praxis umgesetzt haben.

Ein Verkaufshandbuch — Was ist das?

Ein Verkaufshandbuch gehört zum Komplex der vertriebsunterstützenden Informationen.

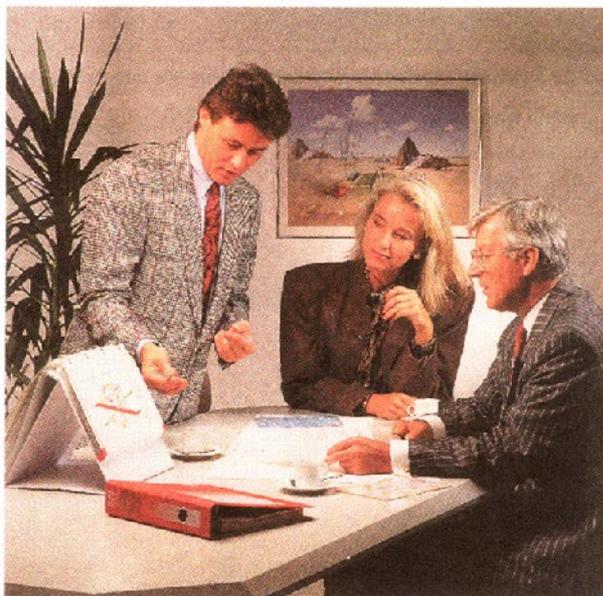
Der Verkäufer erhält damit ein Instrument, mit dem er potentielle Kunden schnell und übersichtlich über die Produktpalette seiner Firma informieren kann. Er benutzt es, um seinen mündlich vorgetragenen Argumenten zusätzliches

Gewicht zu verleihen. Von daher enthält es zur Veranschaulichung geeignete Übersichten, Grafiken, Diagramme etc. Da das Verkaufshandbuch einen ersten Überblick schafft, sind technische Details in anderen Informationsmaterialien enthalten, z.B. in Datenblättern. Soweit zum Verständnis der nachfolgenden kurzen Projektschilderung.

Das Projekt

Das bestehende Verkaufshandbuch der Staefa Control System AG sollte aktualisiert werden. Aktualisierung bedeutet dabei folgendes:

- alte Seiten neu gestalten (Layout, Grafiken, Typografie) sowie
- Seiten komplett neu erstellen (infolge erweiterter Produktpalette).



Produkte präsentieren — durch das Verkaufshandbuch unterstützt argumentieren

Die Staefa Control System AG ist Mitglied der Elektrowatt-Gruppe Schweiz, die mit 17.400 Mitarbeitern einen Umsatz von 4.500 Mio. SFr. erwirtschaftet.

Staefa Control System ist ein weltweit tätiges, führendes Unternehmen auf dem Gebiet elektronischer Regel- und Leitsysteme für Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage (HLK). Staefa entwickelt und produziert Ventile, Fühler, Regelgeräte und -systeme, Gebäudeleitsysteme und zugehörige CAE-Werkzeuge. Die 18 nationalen Verkaufsgesellschaften und über 100 technischen Büros und Vertretungen in 45 Ländern bieten Beratung, Engineering und Service vor Ort.

Das „alte Verkaufshandbuch“ hatte einen Umfang von ca. 100 Farbseiten, die Übersichtsgrafiken, Ausschnittsgrafiken, Fotos, reine Textseiten und zusätzliche Informationen enthielten. Die Seiten lagen jedoch nicht vollständig digitalisiert vor.

Alle Seitenelemente mit Ausnahme der Fotos wurden mit dem Computer erstellt. Die Fotos wurden jeweils per Lithografie integriert – von einem Belichtungsstudio außer Haus. Das bedeutete Wege, Zeiten und Warten bei der Ersterstellung, aber auch bei zwischendurch benötigten Handbuchseiten als Overheadfolie oder Dia.

Die schnelle Verfügbarkeit für andere Zwecke, z. B. für einen Messestand, war damit verbaut. Ein weiteres Hindernis war, daß die Grafiken teilweise 2dimensional, teilweise 3dimensional mit den unterschiedlichsten Strichstärken und Farbverläufen vorlagen.

Zudem mußten die Fotos für jede Fremdsprachenversion wiederum manuell montiert werden. Dies bedeutete für jede Sprache einen nicht unerheblichen Aufwand. Und als dringlich zeichneten sich bereits bei der deutschsprachigen Neuerstellung Übersetzungen in Englisch, Dänisch, Holländisch und Französisch ab.

Vor diesem Hintergrund nun die Anforderungen von Staefa.

Anforderungen von Staefa

Als Anforderungen wurden definiert:

- **Einheitliche Gestaltung**
Die mit den Jahren etwas antiquiert wirkenden Komponenten sollen ein dem Unternehmen entsprechendes einheitliches Erscheinungsbild nach der Corporate Identity erhalten. Beispielsweise durch ein adäquates Grundlayout, die Verwendung/Vermeidung von speziellen Farben und Verläufen in Diagrammen und Grafiken sowie die Wahl der 3dimensionalen Darstellungsweise.
- **Gleichzeitige Verwendung als OV-Folien und Dia**
Einzelne Seiten des Verkaufshandbuchs sollen auf Abruf schnell und unkompliziert auch als OV-Folie und/oder Dias zur Verfügung stehen.
- **Leichte Erstellung von Fremdsprachenversionen**
Das Verkaufshandbuch ist für den

europaweiten Einsatz gedacht. Von der zunächst deutsch erstellten Ausgabe sollen mit möglichst geringem Aufwand deshalb auch Fremdsprachenversionen erstellbar sein.

Umsetzung

Nicht nur bei größeren Grafikprojekten gehen wir aufgrund unserer Erfahrung immer wieder so vor:

- Analyse der Aufgabenstellung,
- Konzeption,
- Produktion,
- Prüfung,
- Auslieferung.

Zur Analyse der Aufgabenstellung und Voraussetzung der Konzeption beschafften wir zunächst einmal die betreffenden Informationen. Die mit ergänzenden Skizzen, Scribbles, Folien und Anmerkungen versehenen Seiten des alten Verkaufshandbuchs, Dateien, Fotos, neues Material, Produktbroschüren sowie manuell erstellte Skizzen/Collagen waren der erste Input für die Erstellung der neuen Version. Ein Beispiel für 2 Inputvarianten bilden die untenstehenden

Scans. Diese machen zugleich auch klar, daß hier technische und grafische Kompetenz gefragt war.

Änderungen ergaben sich beispielsweise durch

- den Text (prägnantere Formulierungen, verständnisfördernde Ergänzungen etc.),
- die Vergrößerung/Verkleinerung der Grafiken,
- den Ersatz von Zeichnungen durch Fotos,
- anschaulichere Darstellungen,
- die verstärkte Erklärung der Zusammenhänge.

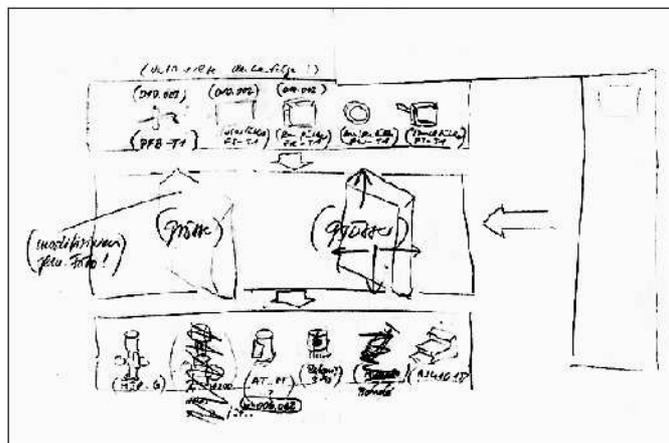
Zusammen mit den Anforderungen bildeten diese die Grundlage für erste konzeptionelle Überlegungen.

Wir recherchierten gezielt beim Auftraggeber und hakten früh nach, um so mittlerweile aufgetauchte Unklarheiten zu bereinigen.

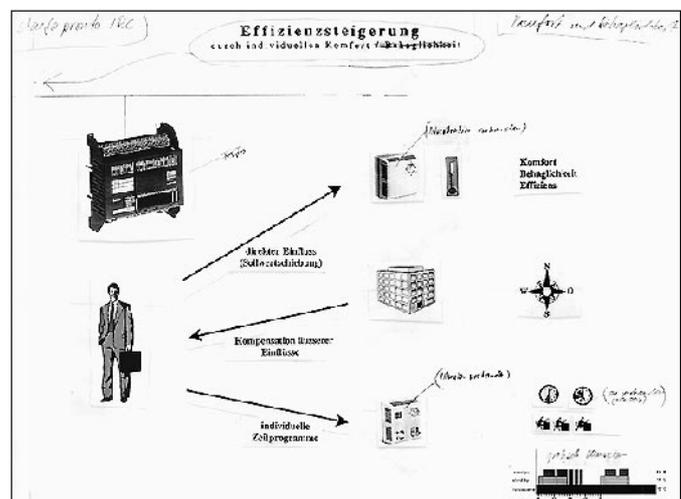
Die Maxime:

Aufgaben, Anforderungen und Konzept müssen feststehen, bevor produziert wird.

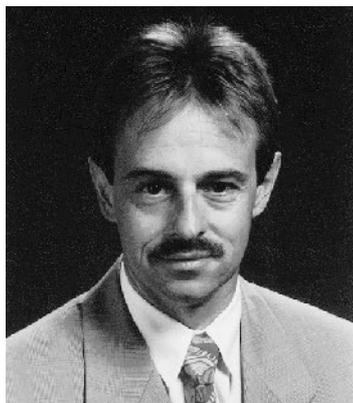
weiter auf Seite 5



Input für Änderung: Handskizze mit Bezug auf eine alte Handbuchseite



Input für Neuerstellung: Collage



Peter Sonderegger

Jürgen Gress: Herr Sonderegger, Sie sind der Werbeleiter bei der Staefa Control System AG. Welche Prioritäten haben Sie bei der grafischen Umsetzung Ihres Verkaufshandbuchs gesetzt?

Peter Sonderegger: Auf der Basis unserer Corporate Identity sind es 3 Dinge, auf die wir besonderes Augenmerk gelegt haben:

- 1.) ein einheitliches Gestaltungsraster,
- 2.) eine einheitliche Farbgebung sowie
- 3.) die Standardisierung von grafischen Elementen.

Alle Punkte betreffen im Grunde das Kriterium Durchgängigkeit. Unter der einheitlichen Farbgebung ist so z.B. die Festlegung zu verstehen, welche Farbe bei welchem Objekt wo und in welcher Intensität vertreten sein darf. Die Standardisierung von grafischen Elementen, z.B. die einmalige Definition von Piktogrammen oder die Wahl einer bestimmten (dreidimensionalen) Darstellungsform, schafft Durchgängigkeit. Damit wird Zeit und damit werden auch Kosten eingespart.

Jürgen Gress: Ergeben sich mit dem nun vorliegenden Verkaufshandbuch zusätzliche Vorteile für Sie?

Peter Sonderegger: Durch die jetzige Konzeption nutzen wir eine Reihe von Synergie-Effekten. Wir haben jetzt eine klar strukturierte Grafikdatenbank mit den jeweils aktuellen Versionen der Grafiken. Damit können wir die Grafiken schnell und unkompliziert für die verschiedensten Zwecke einsetzen.

zen. Insbesondere denke ich dabei an Messestände, aber auch an alle anderen Kommunikationsunterlagen, wie z.B. Produktbroschüren.

Jürgen Gress: Wie hat sich Ihr Verkaufshandbuch bisher in der Praxis bewährt? Wie ist die Resonanz von Ihren Verkäufern im In- und Ausland?

Peter Sonderegger: Das Verkaufshandbuch ist hauptsächlich für 3 Einsatzzwecke bestimmt:

- a) für das individuelle Verkaufsgespräch (Funktion „flip-chart“),
- b) für Verkaufspräsentationen (einzelne Seiten als Overhead-Folien),
- c) für Messen (beides kombiniert, zusätzlich Dias).

Das Verkaufshandbuch steht am Anfang einer Informationskette. Es bietet einen ersten Überblick. Je nach Entscheidungsphase beim Kunden kommen später tiefere projektbezogene Informationsmittel zur Anwendung.

Die Resonanz ist ansonsten übrigens sehr positiv.

Jürgen Gress: Was war ausschlaggebend dafür, daß Sie gerade uns, der Tanner Dokuments KG, den Auftrag erteilt haben?

Peter Sonderegger: Die Suche nach einem geeigneten Dienstleister gestaltet sich oftmals schwierig. Wir haben unsere Erwartungen klar definiert und mit der Auftragsvergabe verknüpft. Der Dienstleister muß

- a) Umsetzungsvermögen,
- b) technische Kompetenz sowie
- c) Termintreue besitzen.

Diese Erwartungen haben wir an die Tanner Dokuments KG gestellt, und sie wurden zu unserer vollsten Zufriedenheit erfüllt. Insbesondere der erste Punkt, wo es nicht nur auf sture Umsetzung, sondern auch auf kreative Kompetenz, z.B. im Sinne von kreativen Verbesserungsvorschlägen, ankommt, hat seine Wirkung hinterlassen: Die anstehende Aktualisierung des Verkaufshandbuchs wird wieder Tanner Dokuments für uns übernehmen.

Mitarbeiterinnenporträt



Sabine Grüdl, Conny Dutz, Angela Martinez (v. l. n. r.)

... ohne uns geht beim Versand des ABZ nichts, aber auch rein gar nichts. Wir freuen uns immer darauf, wenn wir unsere alltägliche Arbeit bei Tanner Dokuments für einige Stunden im Monat vergessen können mit dem alleinigen Ziel, dafür zu sorgen, daß Sie Ihr ABZ rechtzeitig auf den Tisch bekommen.

ABZ-Tip

(für poetische Naturen)

(Das hohe „C“ der)

Vertriebspolitik

Unwahr ist, daß Sie potentielle Kunden davonjagen sollten. Richtig ist vielmehr, daß der zum Aquisitionsstrategen avancierte Verkäufer sich seine Kunden zur Brust nehmen sollte.

Impressum

Eine Publikation des Leistungsverbundes „Tanner Dokuments macht Technik verständlich“

Herausgeber

Tanner Dokuments KG
Bregenzer Str. 11-13
D-88131 Lindau (B)
Telefon 0 83 82 / 2 50 81
Telefax 0 83 82 / 2 50 24

Redaktion

Jürgen Gress

Mitarbeit bei dieser Ausgabe

Thomas Abele, Thomas Mächler,
Karl-Heinz Schmidt, Helmut Tanner

Druck

Druckerei Kling

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags erlaubt. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos übernimmt die Tanner Dokuments KG keine Haftung. Das ABZ erscheint monatlich und wird kostenlos an Interessenten verteilt. Ein Rechtsanspruch besteht nicht.

Vertrauen in das Markenzeichen.



Wenn Sie einen Auftrag von mehreren Tausend bis mehreren Hunderttausend DM extern vergeben müssen, brauchen Sie die Sicherheit, daß Sie genau die Leistung bekommen, die Sie auch bezahlen. Das Markenzeichen steht für diese Sicherheit.

Die Dienstleister mit dem gelben Markenzeichen nehmen zu. Wir verhandeln ständig mit neuen Dienstleistungsunternehmen, so daß Ihnen bald ein flächendeckendes Netzwerk von Dienstleistern zur Verfügung steht.

Schon jetzt können Sie über folgende Dienstleister verfügen:

Robert Schäflein-Armbruster
Jürgen Muthig
Zwehrenbühlstr. 62
W-7400 Tübingen
Tel. 0 70 71 / 4 39 17
Fax 0 70 71 / 4 44 09



Die Spezialisten für Aus- und Weiterbildung. Von ihnen können Sie Ihre technischen Redakteure schulen lassen, Ihre technischen Dokumentationen einem Anwendertest unterziehen sowie deren Schwachstellen aufzeigen lassen. Selbstverständlich führen sie auch übergreifende Analysen durch.

TDSKarl Saile
Neckarstraße 26
W-7210 Rottweil
Tel. 07 41 / 1 52 27
Fax 07 41 / 1 52 28



Der Partner für kleine und mittels tändische Unternehmen. Spezialist für technische Dokumentationen mit kleinem Budget, wo es in erster Linie auf Sicherheit, Vollständigkeit und Richtigkeit ankommt. Für Maschinen und Geräte in kleiner Stückzahl.

BARTHA + PARTNER
Inh. Hildegard Faust
Schulstraße 6
W-6100 Darmstadt
Tel. 0 61 51 / 29 32 44
Fax 0 61 51 / 2 86 64



Spezialist für technische Dokumentation im Konsumgüterbereich (z.B. Haus- und Gartengeräte, Elektrowerkzeuge, Konsumgüterelektronik, Telekommunikation, Optik/Foto und Hobby, Heizung, Lüftung, Klima, Sanitär und alternative Energien, Do-it-yourself-Artikel).

Graphics Huw Williams
Paradiesstraße 74
W-7968 Saulgau
Tel. 0 75 81 / 5 15 96
Fax 0 75 81 / 21 51



Spezialfirma für Explosionszeichnungen und technische Grafiken. Unterstützt in erster Linie die Leistungsverbundpartner mit ihrem Spezialkönnen.

Tom Caderra
Kister Straße 55
W-8706 Höchberg
Tel. 09 31 / 40 84 20
Fax 09 31 / 40 84 48



Spezialist für die Gestaltung von Mensch-Maschine-Schnittstellen an Maschinen, Geräten und Softwareoberflächen.

Tanner Dokuments KG
Bregenzer Str. 11-13
W-8990 Lindau (B)
Tel. 0 83 82 / 2 50 81
Fax 0 83 82 / 2 50 24



Fullservice-Unternehmen für Großkunden. Zuverlässige, souveräne Auftragsabwicklung auch bei großen Dokumentations- und Computergrafikprojekten in Farbe und SW.

Sie wissen, das Markenzeichen "Tanner Dokuments macht Technik verständlich" steht für Qualität.

Qualität bedeutet für uns, wenn Sie, Ihre Vorgesetzten, Ihre Rechtsabteilung und ihre Kunden mit unserer Leistung zufrieden sind sind.

Fordern Sie uns. Gemeinsam oder einzeln.

online—

4. Fachtagung für Online-Dokumentation
4. - 5.10.93

München, SNI

Info: Tel. 07 11 / 65 42 35

Frankfurter Buchmesse—

Veranstaltungsreihe Electronic Publishing
5. - 8.10.93

Frankfurt, Messe

Info: Tel. 0 69 / 210 22 51

SYSTEMS— Computer und Kommunikation; Internat. Fachmesse + Kongress
18. - 22.10.93

München, Messegelände

Info: Tel. 0 89 / 51 07-0

WinWorld 93

20. - 23.10.93

Kongresshaus Zürich

Info: Tel. 00 41 / 17 15 24 54

Informieren Sie sich:

■ Spezial-QS-Seminar: Qualitätssicherung nach ISO 9001 für Dienstleister

Sie streben die Zertifizierung an? Sie möchten wissen, wie wir die Zertifizierung geschafft haben?

Termin: 13.11.93

Anmeldung bis: 12.10.93

Ort: Lindau (B)

■ Leistungsverbund "Tanner Dokuments macht Technik ver- ständlich"

Sie zählen sich zu den leistungsfähigen Dienstleistern in Werbung, Dokumentation, Design, bersetzung und Schulung?

Sie haben Interesse an unserem Leistungsverbund?

Einfach die Unterlagen bei uns anfordern:

Tanner Dokuments KG
Bregenzer Str. 11-13
D-88131 Lindau (B)
Tel. 0 83 82 / 2 50 81
Fax 0 83 82 / 2 50 24



Das schafft beidseitige Sicherheit

- a) für den Auftraggeber („Ich bekomme genau das, was ich will“),
- b) für den Auftragnehmer („Ich liefere genau das, was gewünscht wird“).

Einige konkrete Projektkriterien:

■ Einheitliche Gestaltung

Bei Staefa gibt es neben übergreifenden CI-Richtlinien (Schriften, Signets etc.) z.B. auch eine unternehmensweite Richtlinie „Symbole – SI-Einheiten“. Aufgrund des vorliegenden Verkaufshandbuchs und anderer Schriften (z.B. Geräteübersichten) wurde gemeinsam mit Staefa überlegt:

- Wie sollte die ideale Handbuchseite aussehen?
- Welche Standardseiten-Elemente müssen wie aufbereitet an welcher Stelle enthalten sein?

Es wurde ein einheitliches Gestaltungsraster definiert, das sich z. B. ausdrückt in

- einem Grundlayout,
- der Verwendung bestimmter Schriftarten, -grade, -schnitte,
- einzelnen Elementen fest zugewiesenen Farben und Verläufen,
- bestimmten Perspektiven von Strichzeichnungen.

Sind die Grafiken beispielsweise unternehmensweit in immer der gleichen Perspektive und Farbe gezeichnet, so können sie auch für andere Einsatzzwecke verwendet werden. Die Standardisierung vermeidet also Doppelarbeiten.

Das „Gestaltungstuning“ berücksichtigte insbesondere auch die Einsatzzwecke und die dafür nötige Art der Informationsaufbereitung. Das Verkaufshandbuch soll einen Überblick schaffen und interessierten Kunden eine Entscheidung erleichtern (z.B. „Welche Produktvariante – Ausstattungmerkmale, Größe, Kapazität – ist für mich die richtige?“).

Deshalb muß das Verkaufshandbuch

- eine übersichtliche, klare, rasche, prägnante Informationsmöglichkeit bieten,
- nur die wesentlichen Informationen enthalten.

Die Konsequenz: Alle für einen schnellen Informationstransfer überflüssigen Gestaltungselemente wurden entfernt. Die Art der Informationsaufbereitung wurde der Situation eines Vortragsredners angepaßt, der seine Rede durch die Visualisierung seiner Kernaussagen un-

terstützt, z.B. durch Overheadfolien oder ein Präsentationsprogramm.

Unter dem Gestaltungsaspekt der verschiedenen Ausgabemedien und Einsatzzwecke heißt dies: Die leichte Identifikation einzelner Elemente muß möglich sein, z.B. durch die Wahl einer adäquaten Schrift- und Grafikgröße. So erfüllt – überspitzt ausgedrückt – eine Seite mit 7-Punkt-Fließtext keineswegs dieses Kriterium.

Vorteile der einheitlichen Gestaltung

- Hoher Wiedererkennungswert
- Modernes Design
- Beschränkung auf Wesentliches
- Leichte Änderbarkeit
- Universelle Einsetzbarkeit
- Vermeidung von Doppelarbeiten
- Kostenersparnis

■ Gleichzeitige Verwendung als Overheadfolien oder Dia

Um eine schnelle Verfügbarkeit zu garantieren, wurden die Fotos farbig eingescannt und ins Layout integriert. So kann von jeder nunmehr voll digitalisierten Seite auch wirklich schnell eine OV-Folie oder ein Dia erstellt werden. Der Litho-Umweg entfällt. Die Fotos können damit auch schnell in andere Schriften, z.B. in Schulungsunterlagen eingesetzt werden. Auch die Nachbearbeitung durch ein Bildbearbeitungsprogramm wird damit möglich (z.B. Kontrast, Schärfe, Freistellen).

Beispielsweise sind so schnell und unkompliziert verfügbar:

- Korrektorexemplare auf Papier mit 300-dpi-Drucker,
- OV-Folien in Farbe direkt über einen 300-dpi-Farbdrucker,
- Filme für den Druck direkt mit 4-Farbseparation.

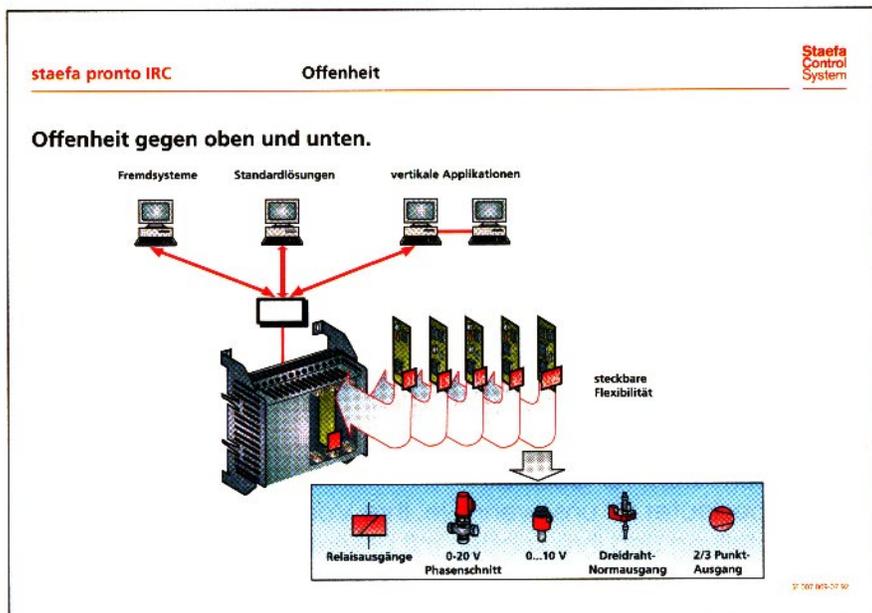
Werden die Fotos zudem vom CMYK in den RGB-Modus umgewandelt, so können direkt

- Vortragsfolien oder Papierabzüge in hoher Qualität (Cibachrome-Abzüge) sowie
- Dias erstellt werden (via Diabelichter).

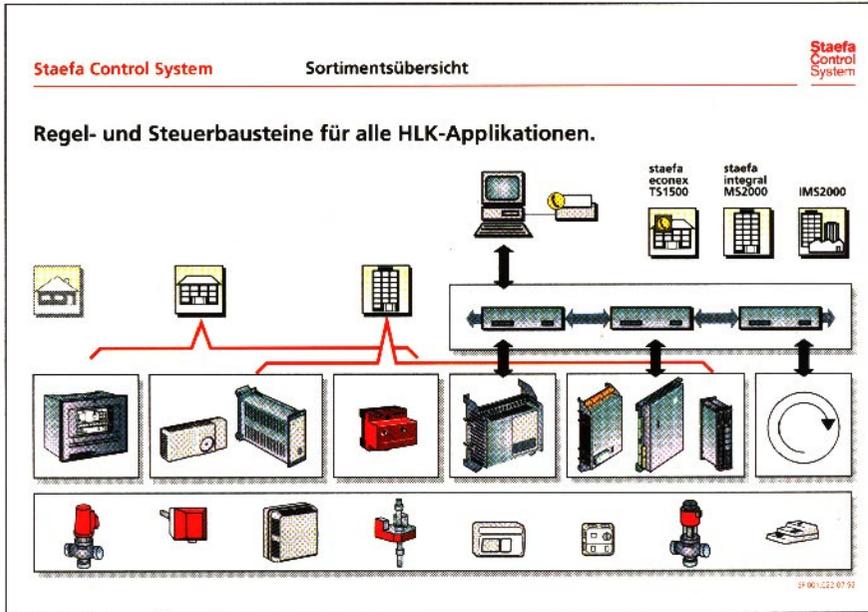
Zudem können einzelne Seiten komplett auch WYSIWYG am Bildschirm angeschaut und sogar mittels LCD-Display direkt an die Wand projiziert werden.

Vorteile der volldigitalisierten Erstellung

- Schnelle Verfügbarkeit
- Rasche Änderungsmöglichkeit
- Universelle Verwendbarkeit
- Ausgabemöglichkeit auf unterschiedliche Medien (Papier, OV-Folie, Dia)
- WYSIWYG am Bildschirm
- Direkte Projektionsmöglichkeit
- Kostenersparnis



Anschauliche Darstellung der Varianten verdeutlicht beidseitige Flexibilität

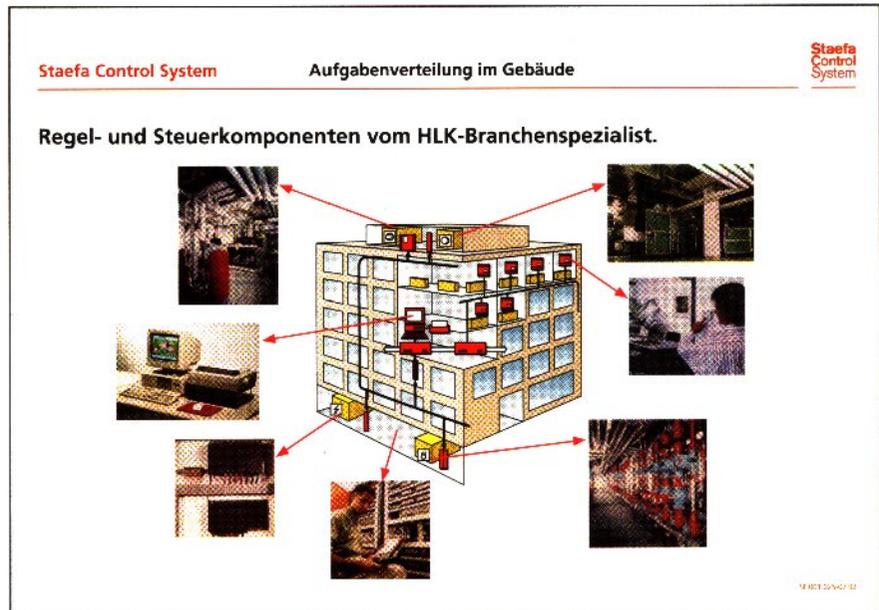


Einsatzorte der Regel- und Steuerkomponenten sind eindeutig lokalisierbar

Leichte Erstellung von Fremdsprachenversionen

Um Fremdsprachenversionen mit minimalem Aufwand erstellen zu können, war es zunächst wichtig, daß die Fotos digitalisiert vorlagen. Darüber hinaus wurden folgende Kniffe angewendet:

- Da das Verkaufshandbuch durchgängig 4farbig gestaltet ist und sich bei den Grafiken mit erläuterndem Text immer nur letzterer ändern sollte, wurde darauf geachtet, daß die Bezeichnungen innerhalb der Grafik möglichst in der international verständlichen Version angegeben sind (z.B. System Controller). Somit ändert sich dann nur Text rund um die Grafik.
- Damit die Übersetzung und der Textersatz keine Probleme bereiten, wurden die Texträume bei allen Grafiken und Übersichten ausreichend bemessen. Eine eigene, großzügig dimensionierte und ausschließlich für den Text reservierte Spalte sorgt dafür, daß auch bei anderen Sprachen keine Probleme auftreten.
- Der Clou: Dem Text wurde jeweils ein eigener Film (Farbe: Schwarz) zugewiesen. Pro Seite gibt es also 5 Filme (4 CMYK + 1 K Text). Der sprachenorientierte Textfilm (z.B. französisch) kann so jeweils mit den sprachunabhängigen Komponenten (CMYK) kombiniert werden. Pro Fremdsprache braucht also nur der jeweils schwarze Textfilm neu angefertigt und mit den fixen CMYK-Filmen montiert zu werden. Ein ange-



sichts der Größe des Projekts nicht unerheblicher Vorteil.

Vorteile der speziellen Aufbereitung für Übersetzungen

- Schnelle Verfügbarkeit
- Unproblematische Änderungsmöglichkeit
- Klares Konzept
- Durchgängige Gestaltung
- Kostenersparnis

Fazit

Das neue Verkaufshandbuch hat einen Umfang von 133 Seiten, die Staeefa schnell und kostengünstig auch für andere Medien und Einsatzzwecke verwenden kann. Unsere Erstellungsmethodik gestattet zudem eine leichte Änderbarkeit.

Auch ein größeres „grafiklastiges“, eher dem Marketing/Vertrieb zuzuordnendes Projekt erfordert nicht nur grafische/layouttechnische, sondern v.a. auch technische Kompetenz. Z.B. um Wesentliches von Unwesentlichem zu trennen, Ähnliches zu kategorisieren, den Aspekt der Systemlösungen plausibel zu machen und stärker hervorzuheben.

Fundierte Erfahrungen aus größeren Grafikprojekten – die für uns zum Alltagsgeschäft gehören – und daraus resultierende Synergie-Effekte sind dabei besonders nützlich.

Obwohl ein Verkaufshandbuch ein klassisches Werbemittel darstellt, hat es zumindest eine Parallele zur technischen Dokumentation: Eine verständliche Informationsaufbereitung fördert die rasche Informationsaufnahme und ermöglicht so schnellere Entscheidungen.