

Abschluss einer Jahresvereinbarung mit Zielkunden (1/4)

1. Schritt:

Analyse der Stärken und der Verbesserungsmöglichkeiten in der Zusammenarbeit

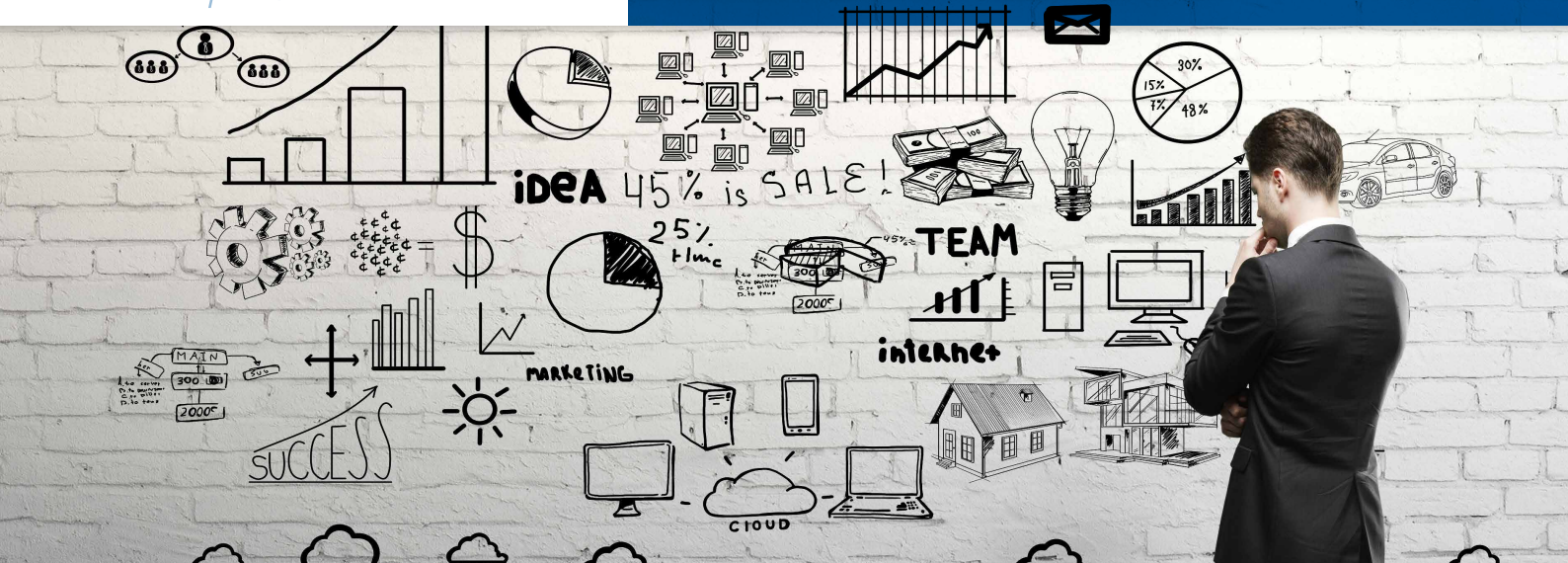
- ➔ Produktbezogen/artikelbezogen (u.a. Umsatzanalysen etc.)
- ➔ Ausschöpfung Neuheitenpotenzial
- ➔ Warenplatzierung
- ➔ Disposition, Kapitalbindung (Umschlag bezogen auf unser Sortiment, aber auch auf das Gesamtsortiment des Zielkunden)
- ➔ Preispolitik des Kunden (u.a. Aktionsplanung etc.)
- ➔ Verkaufsförderungsaktionen (Themen, Unterstützung etc.)
- ➔ Mitarbeiterqualifizierung, Mitarbeitermotivation, Mitarbeiterprämien, Incentives

2. Schritt:

Detaillierte Teilziele aus unserer Sicht:

- ➔ Wir möchten den Kunden von der Leistungsfähigkeit einzelner Produkte überzeugen.
- ➔ Wir möchten beim Kunden einzelne Produkte substituieren.
- ➔ Wir möchten den Kunden für Sortimentserweiterungen gewinnen.

- ➔ Wir möchten den Abverkauf beim Kunden steigern.
- ➔ Wir möchten den Kunden von der Leistungsfähigkeit/Kompetenz unseres Unternehmens überzeugen.
- ➔ Wir möchten den Kunden zu mehr Servicenutzung veranlassen.
- ➔ Wir möchten einen bestimmten Wettbewerber abwehren/verdrängen.
- ➔ Wir möchten mehr Vertrauen in der Kundenbeziehung erreichen.
- ➔ Wir möchten die Kundenbindung emotional verstärken.
- ➔ Wir möchten den Kunden als Referenz gewinnen.
- ➔ Wir möchten die Kooperationsbereitschaft des Kunden erhöhen.
- ➔ Wir möchten Kaufbarrieren bei Entscheidern des Kunden abbauen.
- ➔ Wir möchten mehr Zugang zu den echten Zielsetzungen des Kunden gewinnen.
- ➔ Wir möchten einen Kontakt zwischen unseren eigenen Führungskräften und den Führungskräften des Kunden herstellen.



Abschluss einer Jahresvereinbarung mit Zielkunden (3/4)

Marketing/Verkaufsmaßnahmen:

- ➔ Gemeinsame Werbung in Fachzeitschriften
- ➔ Gesamtprospekte für die Wiederverkäufer/
Produktgruppenprospekte
- ➔ Briefbeilagen auf Dünndruckpapier
- ➔ Außenwerbung
- ➔ KFZ-Beschriftungen/Aufkleber
- ➔ Dekorationen und Displays,
mobil einsetzbar
- ➔ Messestand und Zubehör
- ➔ Streuartikel
- ➔ Sonderwerbemittel
- ➔ Produktseminare für Kunden
unseres Kunden
- ➔ Hausmessen beim Zielkunden
- ➔ Unterstützung bei Planung
und werblicher Gestaltung des
Verkaufsraumes, des Verkaufsprozesses
- ➔ Endgebraucherwerbung zur
Entwicklung des Breitengeschäftes

- ➔ Mitgestaltung eine Jubiläums
- ➔ Vermarktungskonzept für
Serviceleistungen
- ➔ Direktmails für Kunden
- ➔ Provisionskonzepte für Mitarbeiter
und sonstiges Umfeld beim Kunden

Technische Beratung und Trainings:

- ➔ Technische Beratung,
- ➔ Planungs- und Produktinformationen
- ➔ Technische Trends und
Vorschriften vermitteln
- ➔ Software-Notebookprogramm
- ➔ Kundendienstpartnerschaft im Garantiefall
- ➔ Ersatzteilbestückung von
Kundendienstfahrzeugen
- ➔ Kostenloses Servicetelefon
- ➔ Servicetelefon 7 Tage x 24 Stunden

