V K A – Bulletin

Ausgabe 1/18

Association Suisse des Agents-Représentants

Associazione Svizzera degli Agenti Rappresentanti

Swiss Commercial Agents Association

---

c/o DW Finanz GmbH, im Bölli 16, 8259 Kaltenbach

Tel. 052 / 741 32 33

www.vka.ch

vka@vka.ch

News

Über das IUCAB Secretarial Working Group Treffen in Winterthur berichten wir in der nächsten Ausgabe ausführlich.

Nutzen Sie weiterhin unsere Plattform www.handelsagent.ch um sich online zu registrieren und somit von entsprechenden Vertretungs-Gesuchen vorgängig informiert zu werden.

V A K A N T E V E R T R E T U N G E N

Seit 30 Jahren erfolgreich in Europa suchen wir nach kompletter Neuausrichtung selbständige Vertriebspartner für den Direktvertrieb in der Schweiz

Warten Sie nicht länger auf Ihren Lottogewinn, hier ist er!

Wer sind wir?

Seit Anfang der 90er Jahre produzieren und vertreiben wir physikalische Wasseraufbereitungsgeräte in ganz Europa. Weltweit sind wir einziger Hersteller mit einem unabhängigen wissenschaftlichen Gutachten, welches die Funktionsweise dieses einzigartigen Gerätes bestätigt.

Was bieten wir?
+ selbständiges Arbeiten
+ außergewöhnliche Bruttomarge im BtoC Geschäft
+ perfekte Vorbereitung und Training on the Job (Schulung)
+ wissenschaftliches Gutachten über die Funktionsweise
+ außergewöhnlich nachhaltiges Produkt in Bezug auf Herstellung, Betrieb und Recycling
+ Swiss Made

Was erwarten wir?
+ seriöser Auftritt gegenüber dem Kunden
+ kompetenter, perfekter fachlicher Berater
+ selbständiger proaktiver Verkaufsberater
+ Netzwerker und eigener Ideengeber
+ Bereitschaft innovative Verkaufsstrategien zu entwickeln
+ Ehrgeiz, sicheres seriöses Auftreten, Durchhaltevermögen und der unbedingte Wille zu Erfolg

sanaqua Produktions- & Vertriebs GmbH
Volker Schuette
Mitglied der Geschäftsleitung
Gewerbehaus Obermühle 7
CH-8722 Kaltbrunn SG

+41-79 539 66 74
info@sanaqua.com
www.sanaqua.com

HELIOS

Wir sind ein traditionsreiches, mittelständisches Industrieunternehmen. Als Hersteller von elektrischen Heizelementen für den Maschinen- und Anlagenbau haben wir uns auf kleine und mittlere Serien spezialisiert.

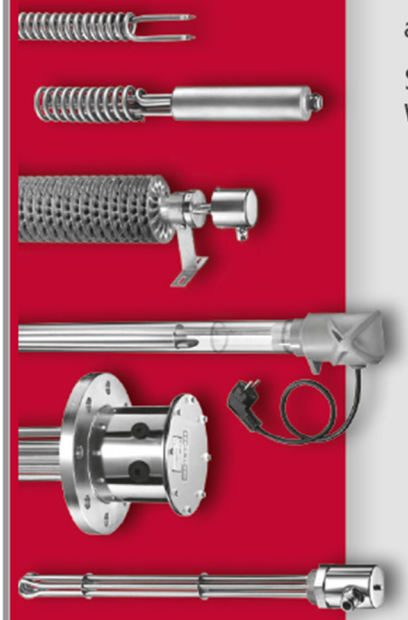
Der Vertrieb unserer Produkte erfordert daher ein hohes Maß an technischer Beratungskompetenz. Unsere Kunden sind die Hersteller von Industrieöfen, Hydraulikanlagen, Großgetrieben, Trocknungsanlagen, Kühlaggregaten, Reinigungsanlagen usw.

Start: nach Vereinbarung
Wir suchen eine Vertretung in der:

Schweiz

Wir sind ein sehr zuverlässiges, professionell arbeitendes Unternehmen und freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Für telefonische Informationen steht Ihnen unser Herr Wenzel zur Verfügung.



HELIOS GmbH
58803 Neuenrade • Postfach 1160
Tel. +49 2392 6908-0 • Fax +49 2392 6908-88
www.helios-heizelemente.de
t.wenzel@helios-heizelemente.de

Help-24 ist ein junges, aufstrebendes Unternehmen, das in der Schweiz ein Vertriebsnetz für innovative Medizinprodukte aufbaut. Für den Vertrieb an Sanitätshäuser suchen wir einen

Selbstständige/n Handelsvertreter/In (Medizinprodukteberater/In)

Ihr Profil:

- Sind Sie bereit anzupacken und sofort zu starten?
- Sie sind ein Profi mit jahrzehntelanger Berufserfahrung?
- Sie haben Verkaufspower, sind kommunikativ und lieben hochpreisige Produkte?

Dann könnten Sie zu uns gehören!

Wir bieten Ihnen die große Chance, mit einzigartigen Produkten Ihre Ziele zu verwirklichen. Wir führen ausschließlich Produkte mit eindeutigem USP, die wir exklusiv vertreiben.

Wir sind Generalimporteur für hochinnovative Medizinprodukte aus Drittstaaten.

Ihre Aufgaben:

- Selbstständige Terminvereinbarung mit den Entscheidungsträgern
- Sie besuchen Sanitätshäuser
- Sie begeistern bei den Vorführungen unserer aufsehenerregenden Produkte
- Sie verkaufen den Sanitätshäusern Muster für ihre Schauräume

Unsere Unterstützung:

- Regelmäßige Mailings an die Zielgruppe
- Gemeinsame Werbemaßnahmen mit den Wiederverkäufern
- Kostenloses Werbematerial für die Wiederverkäufer
- Unterstützung durch ein motiviertes Team
- Lagerung der Produkte, Zubehörteile und Ersatzteile
- Durchdachte Logistik, damit Ihre Kunden schnell beliefert werden

Das Produkt:

Der B-Free Ranger, ist der erste serienreife Elektro-Rollstuhl der über Stiegen fahren kann. Der B-Free Ranger kann über Teppen bis 35° Steigung fahren, Stufen bis 20 cm Höhe bezwingen und Spalten bis 33 cm überwinden.

Starten Sie durch!

Die Entlohnung erfolgt auf Provisionsbasis, wir erwarten Vollzeiteinsatz und eigenen PKW.

Wir vertreiben nur Produkte mit eindeutigem, einzigartigen USP mit denen Sie bei der Zielgruppe eine hohe Verkaufsquote erzielen.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an
c.wegscheider@help-24.at oder telefonisch 0043 1 270 61 08

Ich freue mich schon darauf, Sie persönlich kennenzulernen.

Wir, die voi leather design, sind seit 15 Jahren als Hersteller qualitativ hochwertiger Ledertaschen und Börsen im europäischen Markt tätig. Unsere Produkte werden über den Facheinzelhandel vertrieben, in dem wir recht gut positioniert sind. In unserem Sortiment präsentieren wir verschiedene Produktlinien, die sich in der jeweiligen Zielgruppenansprache unterscheiden.

Zur Betreuung unseres Kundenstammes in der Schweiz suchen wir Sie als Handelsvertreter.

Kontakt:
VOi leather design GmbH & Co. KG
Zum Scherbusch 4
D-Wiehl
bellingrath@voi-design.de
www.voi-design.de

CRESCENDI

Crescendi GmbH ist ein Handelsunternehmen, welches in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten ist. Wir arbeiten in den Bereichen Verkehrstechnik, Stadtmobiliar und Straßenbeleuchtung.

Als Verkaufsagent bekommen Sie alle notwendige Unterstützung von uns (Back Office, Terminvereinbarungen, Kataloge und Muster)
Unser umfangreiches Sortiment bietet den großen Vorteil, dass Sie viele Möglichkeiten besitzen um das richtige Produkte für jeden Kunden zu finden. Aufträge verschicken wir direkt zum Kunden, hierzu erhalten Sie monatlich Ihre Provision.

Arbeitstätigkeit:
Aktive Handelstätigkeit und Verkauf des kompletten Sortiments. Ausbau des Vertriebsnetzes und Knüpfen von neuen Geschäftsbeziehungen sowie Kundenpflege.

Wir bieten Ihnen:
finanzielle Unabhängigkeit durch attraktive Provisionen
hohe Unterstützungsmaßnahmen in der Kundenakquise durch unser Back Office
eine zielführende Einarbeitung

Wir erwarten von Ihnen:
Vertriebserfahrung im Außendienst
freundliches und kundenorientiertes Auftreten
sehr gute Kommunikationsfähigkeiten

Kontakt:
Crescendi GmbH
Vilpianerstrasse 30
D-39010 Nals
nora.rauch@crescendi.de
www.crescendi.de

Als Italienischer Hersteller hochwertiger Pflanztöpfe, Gartenmöbel, Wassertanken, Werkzeugboxen und anderen sind wir seit über 45 Jahren erfolgreich tätig. Unsere Kunden sind der Möbel- sowie Gartenfachhandel und Baumärkte in Deutschland, Österreich, Niederlande, Frankreich und der Schweiz.
Werden Sie Teil unseres Erfolgs als freier Handelsvertreter (m/w) für die Schweiz.
Sie verfügen über gute Branchenkenntnis, arbeiten sehr erfolgsorientiert und suchen neue Design- und hochwertige Produkte für Ihre Kunden? Dann schicken Sie uns sofort Ihre Bewerbung!
Wir bieten eine langfristige Partnerschaft mit attraktiven Provisionssätzen, interessante und qualitativ Produkte, laufende Unterstützung sowie hohe Lieferfähigkeit durch unser Lager in Italien.

Kontakt:
Telcom SPA
Via Dell'Industria 21
I-72017 Ostuni
ecioce@telcomitalia.it
www.telcomitalia.it

THELOS

We are looking for a sales agent in Switzerland to the high-end design furniture market.

Contact:
David Farell
+34 936 742 980
+34 608 026 442
david.farell@thelosdesign.com
www.thelosdesign.com

ITALIATECH is looking for business-minded Sales Agent who strive for organizational success, seek career growth.

Sales Agent will manage area dealer partners to promote and sell our premium line of endodontic products to dental offices, dental groups, and other dental institutions. This role is responsible for growing as well as prospecting/sourcing new customers within the territory.

italiatech.net
PROSTHETIC&ORTHODONTICS

EXPERIENCE:

- **3+ years outside sales experience**
- **Dental or medical device sales preferred**
- **Distribution sales experience preferred**
- **Italian Language proficiency is appreciated**

Italiatech.net consists of 40 companies of various sizes and technical qualifications, a horizontal network that specializes in the production and commercialization of dental appliances in the field of orthodontics and prosthetics.

Italiatech.net has established itself in new markets abroad by creating a common brand that identifies Italy and the quality of the Made in Italy worldwide.

Präsentation
Broschüre

Contact:
Dario di Carlo
Tel. +39 320 715 92 60
info@italiatech.net

Selbständigen kaufmännischen Agenten
Sport-, Schuh- oder Sanitätshäuser
Schweiz

für den Vertrieb unserer Softschuhe von wellbe !

Wir sind Hersteller dieses neuartigen Sohlenkonzepts, das sein Nutzern helfen kann bei Problemen mit Rücken, Hüfte, Knie und Füße.

Bewerber melden sich bitte bei:

wellbe Deutschland GmbH
att.: Michael Scheike
Große Straße 6 a
38116 Braunschweig
Deutschland
Tel. +49 (0)531 8788 3010
email: scheike@wellbe-shoes.de
www.wellbeshoes.com

Die WEH GmbH ist ein mittelständisches Unternehmen, das sich in den letzten 20 Jahren erfolgreich am Markt etabliert hat. Zum Ausbau unserer Vertriebsorganisation suchen wir qualifizierte und engagierte

Handelsvertreter

zum Vertrieb hochwertiger Rückschlagventile

Sie sind zuständig für die Neuakquisition und Betreuung des vorhandenen Kundenstammes. Unsere Kunden sind u.a. in der Automobil- und Fahrzeugindustrie, Maschinen- und Anlagenbau, Chemie- und Pharmaindustrie, Gasindustrie, Kälte-/Klimatechnik, Medizintechnik, Lebensmittelbranche tätig.

Was wir bieten:

- Breites Produktprogramm an Standard- und Sonderventilen
- Intensive Vertriebsunterstützung durch unseren Innendienst
- Attraktive Verkaufsprovisionen
- Gebietsschutz

Was wir suchen:

- Erfahrene und motivierte Handelsvertretungen mit technischem Hintergrund
- Idealerweise verfügen Sie über Fachkenntnisse in unseren Zielmärkten und haben evtl. bereits bestehende Abnehmer in diesen Märkten
- Sicheres und überzeugendes Auftreten ist für Sie selbstverständlich

WEH GmbH Verbindungstechnik
Josef-Henle-Straße 1
89257 Illertissen | Deutschland

Telefon: +49 (0)7303 9609-830
Email: sales@rueckschlagventile.de

www.rueckschlagventile.de

RFA Trade Solution SA
via Dufour, 1 - 6900 Lugano - Switzerland

Wir suchen einen Handelsvertreter, um den Verkauf von Taschenlampen und Multitools Marke Nebo und Trueutility (Usa und Uk Produkte) zu koordinieren.

Als Handelsvertreter würden Sie für die Kontaktaufnahme in der Schweiz verantwortlich sein. Ihre Hauptaufgaben sind die Entwicklung der folgenden Marktkanäle:

- DoItYourself
- Bricolage Geschäfte und Distributoren
- Sportgeschäfte und Händler
- Lebensmittel- und Drogerien
- Gartencenter
- Geschenkläden

SONDERANGEBOTE:

- TV-Verkauf
- Treueprogramme (Lebensmittelketten / Ölgesellschaft)

Bitte besuchen Sie www.tecnopark.ch um eine kurze Vorstellung von unseren Angeboten zu haben. Vielen Dank

Tecnopark

Adriano Lombardo
_____-

Rfa Trade Solution SA
www.tecnopark.ch
info@tecnopark.ch
via Dufour 1 – 6900 Lugano
Ch +41 (0) 79 418 53 75
Ita +39 348 660 64 79

SÜDMETALL
Hugo Wuttig KG

Traditionsreiches Haus für die Lieferung von Präzisions-Drehteilen sucht für die Schweiz, vorzugsweise Deutschschweiz, einen erfahrenen Handelsvertreter mit guten Verbindungen zu Drehteil-Einkäufern. Zum Lieferprogramm gehören vorwiegend Teile mit größerer Fertigungstiefe aus allen Metallen, auf Wunsch oberflächenbehandelt, beschichtet, wärmebehandelt, einbaufertig, sowie Baugruppen.

Neben dem Kundenstamm besteht ein umfangreicher Pool an Kontaktadressen deutscher Industriefirmen.

Kontakt:
Südmetall Hugo Wuttig KG
Herr G. Wuttig
Scheffelstrasse
D-79725 Laufenburg
info@suedmetall-kg.de
www.suedmetall-kg.de

WARUM AUCH HANDELSAGENTEN MARKTORIENTIERT HANDELN MÜSSEN

Industriebetriebe machen Marketing, der Handel macht Marketing. Ist es daher überhaupt notwendig und sinnvoll, dass sich auch noch die Handelsagenten mit Marketing beschäftigen und Marketingmaßnahmen in eigener Sache durchführen? Sind sie nicht der verlängerte Arm der Unternehmen, die sie vertreten, und in deren Marketingkonzept eingebunden?

Text: Dr. Andreas Paffhausen

Die Antwort hierauf ist relativ einfach: Das Thema „Marketing“ muss auch für einen Handelsagenten von besonderem Interesse sein, denn wenn eine Handelsagentur mit einem selbständigen Geschäftsbetrieb – und sollte er noch so klein sein – im Markt tätig ist und sich erfolgreich durchsetzen will, kommt sie ohne eine Ausrichtung an den Bedürfnissen ihrer Marktpartner nicht aus. Marketing entscheidet immer mehr. Nachdem wir uns in den drei vorangegangenen Teilen dieser Serie mit den Grundlagen des Marketings, den marketingpolitischen Instrumenten Produkt- und Sortimentspolitik, Preis- und Konditionenpolitik, Distributionspolitik und der Werbung beschäftigt haben, wenden wir uns nun der Kommunikationspolitik zu.

Handelsagentur und die Verkaufsförderung des Unternehmens

Das Kommunikationsinstrument „Verkaufsförderung“, auch Sales Promotion oder Absatzförderung genannt, soll den Verkauf der Produkte unterstützen. Der Unterschied zur klassischen Werbung liegt darin, dass die Verkaufsförderung direkt am Ort des Verkaufens (Point of Purchase, abgekürzt POP) angewendet wird und grundsätzlich außergewöhnliche Anreize auf die anzusprechenden Personen ausüben soll. Verkaufsförderung und Werbung sind nicht alternativ zu sehen, sondern als sich ergänzende Kommunikationsinstrumente. Die Verkaufsförderung ist kurzfristig einsetzbar, während bei der Werbung – insbesondere der klassischen Werbung – eine langfristige Planung und Kontinuität Erfolg bringt. Sie ermöglicht auch eine schnelle Reaktion auf Konkurrenzaktivitäten. Der effiziente Einsatz der vom Hersteller zur Verfügung gestellten Verkaufsförderungsmaßnahmen erfordert genau wie bei der Werbung eine enge Kommunikation zwischen dem vertretenen Unternehmen und dem Handelsagenten. Nur bei umfassender Information über Inhalt und Zielsetzung der Verkaufsförderungsmaßnahmen sowie fundierten Produktkenntnissen ist der erfolgreiche Einsatz gesichert. Die Rückkoppelung über die Akzeptanz der eingesetzten Maßnahmen sollte von vornherein vorgesehen werden. Im Bereich der Sales Promotion werden einige Maßnahmen in enger Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Handelsagentur durchgeführt. Hierzu gehören unter anderem die Kunden- und die Verkäuferschulung. Insbesondere wenn diese Aktionen gebiets- oder kundenbezogen durchgeführt werden, sollte der Handelsagent unbedingt beteiligt sein oder die Veranstaltung allein durchführen. Durch diese Maßnahmen wird dem Kunden oder dessen Verkäufern ein fundiertes Wissen über das vertretene Produkt vermittelt. Im Konsumgütermarkt wird damit die Identifikation des Verkäufers und die Chance des „Hinausverkaufens“ an den Verbraucher erhöht.

Bei Investitionsgütern stehen die Produktinformation und das Wissen um Vor- und Nachteile der Produkte sowie deren Einsatzmöglichkeiten im Vordergrund. Insbesondere in diesem Markt werden häufig Betriebsbesichtigungen und Produktvorführungen im Unternehmen selbst oder bei Referenzkunden durchgeführt. Damit hat man auch die Möglichkeit, den Qualitätsstandard der Produkte in Verbindung mit der Produktion zu demonstrieren.

Handelt es sich zum Beispiel um größere Maschinen, können diese im Einsatz präsentiert werden, was an einem anderen Ort oft gar nicht möglich ist. Die Demonstration bei Referenzkunden hat den Vorteil des praxisbezogenen Einsatzes. Durch die Teilnahme des Handelsagenten bzw. die Durchführung derartiger Veranstaltungen besteht die Möglichkeit, sich persönlich zu profilieren und den Kontakt zum Kunden zu intensivieren.

Gerade im Konsumgüterbereich kommt neben dem persönlichen Einsatz bei der Verkaufsförderung auch dem Engagement im Handel selbst eine besondere Bedeutung zu. Es reicht nicht aus, dem Händler etwa Displaymaterial oder Dekorationshilfen zur Verfügung zu stellen. Oft werden diese nämlich nicht entsprechend präsentiert und gehen in der Menge der Konkurrenzangebote unter. Um die Marktposition auszubauen und den Verkauf der Produkte zu fördern, müssen sich diese klar von der Konkurrenz abheben. Der Handelsagent sollte im persönlichen Kontakt mit dem Kunden versuchen, die Präsentationssysteme und die Ware im Schaufenster oder auch im Verkaufsraum optimal darzustellen. Zudem gilt es, bei Werbeaktionen dafür zu sorgen, dass die Produkte ausreichend auf Lager sind und der Erfolg nicht an einem Mangel an Ware scheitert.

Handelsagentur und die eigene Verkaufsförderung

Mit den Verkaufsförderungsmaßnahmen kann durch gezielten Einsatz eine Menge erreicht werden. Doch nicht jeder Hersteller bietet ausreichende Verkaufsförderungsmittel. Hier können die Handelsagenten einerseits versuchen, Anregungen zu geben, welche Maßnahmen sich im Markt erfolgreich einsetzen lassen, und andererseits Eigeninitiative ergreifen. Dadurch ergeben sich viele Möglichkeiten, die eigenen Aktivitäten durchzusetzen und sich zu profilieren. Die wichtigsten sind:

- produktbezogene Kundenschulung und Information
- Verkäuferschulungen
- schriftliche Produktinformationen
- Darstellung der eigenen Leistungen
- persönlicher Einsatz bei der Warenpräsentation im Verkauf

Sind beispielsweise keine ausreichenden Produktinformationen (Broschüren, Prospekte usw.) vorhanden, sollten diese entwickelt werden. Die Information sollte kurz, prägnant und sachlich gefasst sein. Es ist auf die Art der Produkte einzugehen, eventuell auf technische Daten, die Produktvorteile, die Einsatzgebiete ... Vertreibt die Handelsagentur mehrere sich ergänzende Produkte, liegt es nahe, eine Broschüre über das Leistungsprogramm zu erstellen. Der Kunde muss aus dieser Information entnehmen, welche Produkte die Handelsagentur führt und welche Leistungen zusätzlich angeboten werden. Je nach Umfang und Gestaltung gilt es zu überlegen, eine Werbeagentur und/oder einen Grafiker hinzuzuziehen. Gleichzeitig ist zu bedenken, in welchem Rahmen es sinnvoll erscheint, für die Kunden selbständig Schulungen, Informationsveranstaltungen und Ausstellungen durchzuführen. Im Konsumgütermarkt kommt der Verkaufsförderung durch den persönlichen Einsatz im Verkauf beim Kunden eine besondere Bedeutung zu. Auf diesem Weg kann der Handelsagent Produkte beim Abverkauf forcieren und gleichzeitig Marktanalyse betreiben, denn man erfährt einiges über die Reaktion der Kunden auf die angebotenen Produkte und die der Konkurrenz. Außerdem sollte der Handelsagent versuchen, die Maßnahmen der vertretenen Unternehmen mit den eigenen Aktivitäten

abzustimmen, um so eine möglichst große Effizienz im Markt zu erreichen.

Vertrauen schaffen durch PR

Im Gegensatz zu den bisher besprochenen Kommunikationsinstrumenten Werbung und Verkaufsförderung richten sich die Public Relations (PR) nicht primär auf die Förderung des Absatzes. Ziel der PR, auch Öffentlichkeitsarbeit genannt, ist die systematische Pflege der Beziehungen zur Öffentlichkeit, um damit Vertrauen und positive Meinung zu schaffen, sozusagen einen Goodwill. Angesprochen werden dabei alle Personen und Institutionen, die mit dem Unternehmen direkt oder indirekt in Berührung kommen, also aktuelle und potentielle Kunden, Abnehmer der Kunden, Lieferanten, Endverbraucher oder Mitarbeiter.

Handelsagentur und PR des Unternehmens

Der Goodwill, der einem vertretenen Unternehmen entgegengebracht wird, ist auch für die tägliche Arbeit einer Handelsagentur wichtig. Vom Vertrauen und der positiven Meinung der Kunden hängt unter anderem auch der Erfolg der Zusammenarbeit mit den Marktpartnern ab. Gleichzeitig muss der Handelsagent Informationen über sein Image haben, um es sinnvoll in der Zusammenarbeit mit seinen Partnern zu nutzen. Dabei helfen die Informationen der vertretenen Unternehmen. Größere Unternehmen führen beispielsweise Imageanalysen durch. Über deren Ergebnisse sollte der Handelsagent im Groben Bescheid wissen. Andererseits kann er sich diese Informationen teilweise selbst besorgen, etwa durch das Feedback in Kundengesprächen. Ferner sollte der Handelsagent auch an die Weitergabe dieser Marktinformationen an seine vertretenen Unternehmen denken. Denn die Kommunikationspolitik lebt – wie es der Name sagt – von der Kommunikation.

Handelsagentur und die eigene PR Neben der Öffentlichkeitsarbeit der vertretenen Unternehmen darf die Handelsagentur ihre eigene nicht vernachlässigen. Ähnlich wie bei der Verkaufsförderung besteht durch die Öffentlichkeitsarbeit die Möglichkeit, sich zu profilieren. Ziel ist es, mit Hilfe der Public Relations das durch die Marketingaktivitäten geschaffene positive Bild im Markt zu forcieren. Welche Maßnahmen im Einzelnen ergriffen werden können, hängt von der Branche und den Produkten ab. Ist der Handelsagent beispielsweise im Sportmarkt tätig, könnte er unter Umständen Vereine sponsern bzw. dort Mitglied sein. Zur aktiven Gestaltung des Erscheinungsbildes tragen unter anderem einheitliche Briefbögen, Visitenkarten oder Rechnungen bei. Das Gleiche gilt für die Präsentation auf Messen bzw. in der Öffentlichkeit. Hier spielen zum Beispiel optische Mittel wie Design oder Farbe eine besondere Rolle. Der Firmenname der Handelsagentur und eventuell ein Slogan zählen ebenfalls dazu.

ZUR ERFOLGREICHEN MARKTBEARBEITUNG MÜSSEN DIE MARKETING-AKTIVITÄTEN EINERSEITS AUF DIE ERFORDERNISSE DES MARKTES UND ANDERERSEITS AUF DAS INTERN REALISIERBARE ABGESTIMMT WERDEN. SOHIN SIND DIE EINZELNEN MARKETINGINSTRUMENTE INDIVIDUELL ZU GEWICHTEN UND AUFEINANDER AUSZURICHTEN. DAMIT ENTSTEHT EIN MARKETINGMIX, ZUGESCHNITTEN AUF DIE SPEZIELLEN ERFORDERNISSE EINES UNTERNEHMENS.

Zur Verdeutlichung der Leistung in der Öffentlichkeit sollte der Handelsagent genau wie seine vertretenen Unternehmen Kontakte mit der Fachpresse pflegen. So können beispielsweise Fachberichte über Neuentwicklungen im Markt oder Marktperspektiven erarbeitet und persönlich an die Presse weitergeleitet werden. Ebenso ist es möglich, dass Informationen über Firmenjubiläen und neue Mitarbeiter Interesse finden. Je nachdem, in welchem Markt die Handelsagentur tätig und wie groß der Betrieb ist, sollte sie auch Kontakt zur regionalen Presse halten.

Erfolgreich mit persönlicher Kommunikation

Die persönliche Kommunikation – der persönliche Verkauf, auch Personal Selling genannt – bezieht sich auf den persönlichen Einsatz im Kontakt mit dem Kunden. Dabei haben die Handelsagenten beispielsweise die Möglichkeit, den Kunden durch geschickte Gesprächsführung positiv für ihre Produkte zu stimmen, erhalten andererseits gleichzeitig ein direktes Feedback und gewinnen Informationen über die eigenen Produkte, die Konkurrenzprodukte und die Marktsituation. Der persönliche Verkauf kommt im persönlichen Gespräch mit dem Kunden vor Ort ebenso zum Einsatz wie beim telefonischen Kundenkontakt. Die gezielte Anwendung des Telefonmarketings gilt als genauso wichtig wie die richtige Gesprächsführung mit dem Kunden vor Ort.
Der persönliche Verkauf ist also ein sehr interessantes Marketinginstrument, das sinnvoll und effizient eingesetzt werden muss, denn gleichzeitig zählt es zu den teuersten Instrumenten. Seine Bedeutung nimmt mit der Erklärungsbedürftigkeit der Produkte zu. Hier ist die Beratungs- und Überzeugungsleistung gefordert. Zu den wesentlichen Aufgaben des persönlichen Verkaufs zählen:

- die Informationsgewinnung über Kunden durch das Auffinden von potentiellen Kunden sowie die Ermittlung des Bedarfs bei aktuellen und potentiellen Kunden
- der Kundenauftrag durch Kontaktaufnahme und Angebotsabgabe (ggf. auch der Kaufabschluss)
- die Pflege der Beziehungen zu bestimmten Kunden
- die Verkaufsunterstützung durch Beratung, Warenpräsentation, Kunden- und Verkäuferschulung usw.
- die Imagebildung durch Wirkung, Ausstrahlung und Leistung des vertretenen Unternehmens, der angebotenen Produkte und der Handelsagentur
- die logistische Funktion durch optimale Warenverteilungen, Lager- und Regal-service usw.

Zum Erfolg des persönlichen Verkaufs tragen mehrere Faktoren bei:

- die Person des Handelsagenten, das heißt seine Überzeugungskraft, Flexibilität und Kommunikations-fähigkeit
- der Kontakt zum Kunden, also die „gemeinsame Wellenlänge“
- die Fähigkeit, individuell auf den Kunden einzugehen
- die Aktionen und Handlungen – die Beeinflussung des Gesprächs durch Verkaufspsychologie und -taktik, damit es zum erfolgreichen Abschluss kommt. Hierzu zählen auch Präsentationshilfen, der Rahmen und die Gestaltung der Präsentation usw.
- das positive Image, also die Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit, Kompe-tenz, Leistungsfähigkeit usw. des vertrete-nen Unternehmens, der angebotenen Produkte und der Handelsagentur

Da der persönliche Verkauf aufwendig ist, besteht die Notwendigkeit, unter Zeit- und Kostengesichtspunkten die Intensität und Zielrichtung des persönlichen Verkaufs zu planen und zu koordinieren. Eine wichtige Voraussetzung ist die Einteilung der Kunden nach ihrer Bedeutung, beispielsweise die Einteilung nach A-, B- und C-Kunden.
Bedingt durch den verschärften Wettbewerb, die Entwicklung neuer Vertriebswege, aber auch den verstärkten Einsatz der neuen Medien, die wiederum die Kommunikation unpersönlich werden lassen, heißt es für die Handelsagenten, die persönliche Kommunikation gezielt einzusetzen und sich damit zu profilieren. Kommunikationspolitik darf keine einmalige Angelegenheit sein, sondern muss zur Daueraufgabe werden. Nur so ist ein Unternehmen bei den Marktpartnern bekannt zu machen und der Bekanntheitsgrad kann

erhalten und gesteigert werden. Die kommunikativen Aktivitäten müssen im Kommunikationsmix aufeinander abgestimmt werden. Für den Handelsagenten bedeutet dies, beispielsweise die richtige Mischung zu finden aus:

- persönlichen Besuchen beim Kunden
- Telefonaten beim Kunden
- Direct Mailings

Onlinemarketing kompetent einsetzen Die meisten Kunden lassen sich mittlerweile über das Internet erreichen. Daher kommt dem Onlinemarketing eine immer größere Bedeutung zu – sowohl für Industriebetriebe als auch für Handelsagenturen. Teilgebiete des Onlinemarketings sind neben der Internetwerbung:

- Suchmaschinenmarketing (gezielt geschaltete Suchmaschinenwerbung zur Kundenakquise)
- E-Mail-Marketing (Marketing mittels E-Mail)
- Social-Media-Marketing (Nutzung von Social-Media-Plattformen wie Twitter, Facebook, LinkedIn)
- Affiliate-Marketing (Nutzung von Partnern, Verteilung des Aufwandes)

Die Vorteile des Onlinemarketings sind:

- Schnelligkeit
- direkte interaktive Dialogfähigkeit in Echtzeit
- schnelle Aktualisierung
- direkte Erfolgskontrolle

Zentrales Instrument beim Onlinemarketing ist die eigene Homepage. Daher ist es für eine Handelsagentur besonders wichtig, ihre Website ansprechend und professionell zu gestalten. Sie gehört mehr und mehr zu den Visitenkarten eines Betriebes, daher entscheidet auch der erste Eindruck darüber, ob der Besucher sich näher informiert und sich für Produkte und Leistungen interessiert.

Das Marketing konzipieren

In den vorangegangenen Kapiteln wurden die Grundlagen des Marketings aufgezeigt. Daraus ergibt sich, dass Marketing markt- orientiertes Denken und Handeln ist und auch im Mittelpunkt der täglichen Aktivitäten einer Handelsagentur stehen sollte. Zur erfolgreichen Marktbearbeitung müssen die Marketing-aktivitäten einerseits auf die Erfordernisse des Marktes und andererseits auf das intern Realisierbare abgestimmt werden. Sohin sind die einzelnen Marketinginstrumente individuell zu gewichten und aufeinander auszurichten. Damit entsteht ein Marketingmix, zugeschnitten auf die speziellen Erfordernisse eines Unternehmens. Grundvoraussetzung hierfür ist, dass dem unternehmerischen Handeln auch eine unternehmensindividuelle Marketingkonzeption zugrunde liegt. Denn die Möglichkeiten, die die Märkte bieten, und das Instrumentarium, das für die Marktbearbeitung genutzt werden kann, sind sehr komplex und sehr vielfältig. Daher müssen Handlungsanweisungen festgelegt werden, muss ein „Fahrplan“ vorhanden sein, an dem sich eine Handelsagentur bei ihren Marktaktivitäten orientieren kann. Der Erfolg eines Unternehmens, das unter dem Leitgedanken des Marketings im Markt agiert, liegt nicht nur in der einmaligen Festlegung einer Marketingkonzeption, sondern ganz wesentlich in der permanenten Überprüfung und Anpassung.

Dr. Andreas Paffhausen

berlinz consulting UG
Diplomkaufmann, war Dozent an verschiedenen deutschen Hochschulen und viele Jahre Haupt-geschäftsführer der Centralvereinigung deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) in Berlin.

info@berlinz-consulting.de
www.berlinz-consulting.de