finess

DOSSIER

Ausgabe
20. businessler
WirtschaftsForum

VOM KUNDEN HER DENKEN!

Wie Sie die Digitalisierung Ihres Markenvertriebs mit ‚finess' praktisch gestalten.

AUSZUG

Anbieter: businessler WirtschaftsForum, ein Veranstaltungsformat der Juridic Verw.& Bet. GmbH,
Fabrikstrasse 1-1, D-73728 Esslingen, www.businessler.de

© chombosan / stock.adobe.de

Intro

Neue Spieler und neue Spielregeln erschüttern die Grundfesten einer über Jahrhunderte gewachsenen Struktur des Warenflusses. Oberster Glaubenssatz insbesondere der deutschen Kartellbehörden scheint dabei zu sein, dass Konsum eine schlichte Notdurft zur Bedarfsdeckung sei. Unter dem Deckmantel des Verbraucherschutzes wurden die bis dato für einen erfolgreichen Markenvertrieb geltenden kritischen Erfolgsfaktoren über den Haufen geworfen.

Waren es früher stationäre Fachhandelskompetenz am Ort des Endkunden mit guter Beratung und ansprechender Warenpräsentation sowie einer angemessenen Lagerverfügbarkeit von Produkten und Zubehör, Ersatzteilen und Verbrauchsmaterial, soll nach der neuen Denke nur noch der Preis das Maß aller Dinge sein. Hinzu kommt, dass die Digitalisierung dem Endverwender bei der Auswahl und Beschaffung von Markenprodukten bislang ungeahnte Transparenz hinsichtlich Marktpreisen und Verfügbarkeiten bietet. Die Kehrseite ist, dass damit aber national und international auch ungeahnte Möglichkeiten für Marktkräfte zu kartellrechtswidrigem Preisverriss und der Manipulation von Markenwahrnehmung beim Endkunden möglich werden.

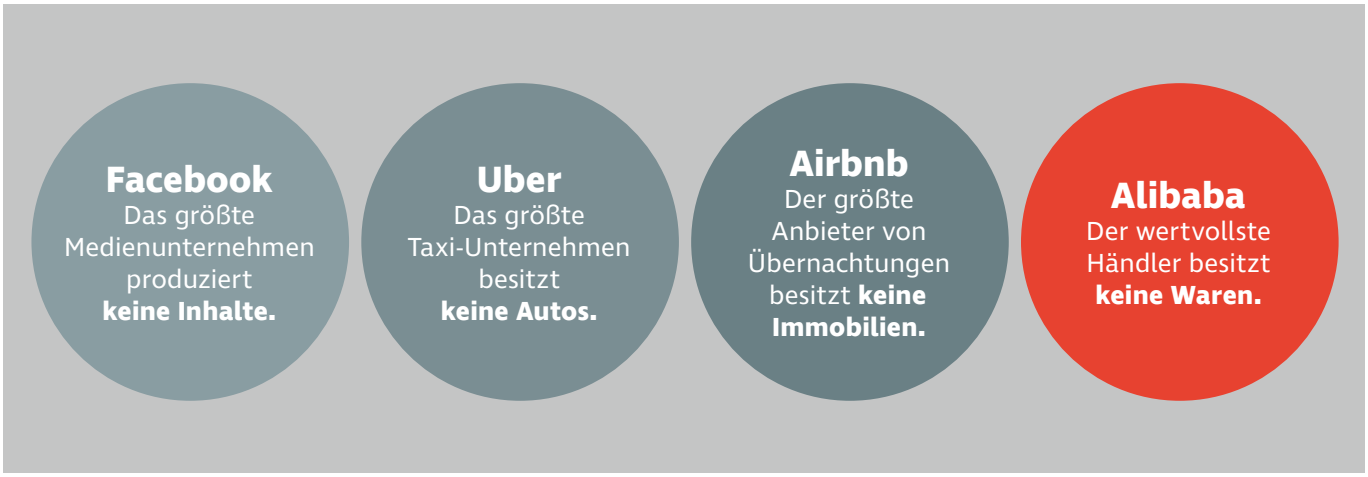
Entscheider in Geschäftsführung und Vertrieb von Markenherstellern sind damit jeden Tag konfrontiert. Das Problem scheint mir, dass viele entweder die grundsätzlichen Veränderungen in der Vertriebskette noch nicht erkannt haben oder aufgrund von massiver Druckausübung seitens mächtiger Handelsoligopole in ihren Branchen meinen, keinen Spielraum für Veränderungen zu haben.

Die schlechte Nachricht ist also, das die neuen Marktgegebenheiten bei Markenherstellern intern und extern enorme Veränderungen erfordern, die auch massive Kämpfe mit marktmächtigen Handelsformationen mit sich bringen werden.

Die gute Nachricht ist aber, dass es überhaupt legale Vertriebs- und Geschäftsmodelle sowie Herangehensweisen gibt, mit denen Markenhersteller sich erfolgreich auf die neuen Spielregeln in ihren Märkten einstellen können.

Ihr
RA Markus Nessler MBA

Aufgepasst! Die Transformation der Wirtschaft ist in vollem Gange! Immer mehr Internetfirmen greifen nach traditionellen Branchen.



10 Handlungsempfehlungen

Wie Sie die Digitalisierung Ihres Markenvertriebs mit ‚finess' praktisch gestalten.

1 Stellen Sie die Strategie Ihres Markenvertriebs kompromisslos auf den Prüfstand.

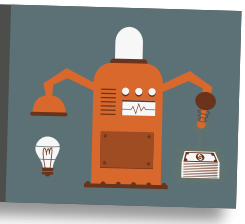
2 Verstehen Sie Ihren „digitalen Kundenraum" als Vertriebsbooster.

„DIE GELERNTE HILFLOSIGKEIT DES MARKENVERTRIEBS WAR GESTERN"

finess, Markus Nessler

3 Selektieren Sie Ihre Sortimente, Vertriebskanäle und Absatzmittler neu.

4 Treiben Sie Ihre Vertriebsautomation konsequent voran.



5 Verändern Sie die Aufgaben- und Rollenverteilung entlang der Vertriebskette.

6 Erkennen Sie in der IT-Abteilung den Digitalisierungsbeschleuniger Ihres Unternehmens.

„IN DIGITAL BEWEGTEN ZEITEN BEGINNT DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE DIREKT BEIM KUNDEN"

finess, Andreas R. Fischer

7 Holen Sie sich die Hoheit über Ihre Cross-Channel-Markenführung zurück

8 Erhöhen Sie die Kundenloyalität durch maßgeschneiderte Produkte und digitale Services.

9 Vertikalisieren Sie Ihren Markenvertrieb.

10 Simulieren Sie bereits heute digitale Verkaufsszenarien für morgen.

© finess | www.mnbr.de

Kontakt:

www.mnbr.de