



Wie schaffen es Dominosteine in den Handel

Sehr geehrter Erfolgsverhandler,

derzeit weist gefühlt mindestens jeder zweite Newsletter auf das Ende des Sommers oder, noch besser, auf den nahenden Winter hin, gefolgt vom Hinweis, dass die Dominosteine auch schon wieder im Handel stehen. Wie Dominosteine, Lebkuchen, Spekulatius und all die anderen Produkte in den Handel kommen und welche Anstrengungen und vor allem Investitionen es für die Hersteller bedeutet, das steht in keinem dieser Newsletter.

Wir kommen gerade zurück von einem offenen Training in unserem Lieblingshotel in Stuttgart und sind schon wieder startklar für zwei Tage „Inhouse“ mit einem Kunden. Hier wie dort geht es um die Frage, wie Dominosteine, Lebkuchen und alle anderen Produkte aus sämtlichen Kategorien es leicht, einfach und mit geringsten Investitionen in die Regale und Sonderflächen des Handels schaffen und sich, trotz Preiserhöhung und immer neuer Ideen der Händler, dort auch halten.

Über die neuen Ideen des Handels berichten wir ja regelmäßig. So will dm zukünftig ja ohne klassische Jahresgespräche auskommen und setzt dafür auf KoSi. (Wir haben darüber ja schon berichtet). Auch die Rewe will zukünftig noch mehr auf die Performance jedes einzelnen Artikels achten und es dauert sicher nicht lange, bis jemand, nach dem Vorbild von Carrefour, auch in Deutschland Märkte ohne Markenartikel testet.

Alles im Wandel

Als wäre das nicht genug, ändert sich das Anforderungsprofil und damit auch das Berufsbild von Mitarbeitern in Vertrieb und Key-Account-Management. Während in den nächsten fünf Jahren etwa 30% aller herkömmlichen Verkäufer ihren Job verlieren werden, steigt die Nachfrage nach Key-Account-Managern mit speziellen Fähigkeiten geradezu dramatisch an. Gut, wer sich heute schon darauf vorbereitet und die entsprechenden Fähigkeiten ausbaut und perfektioniert.

Weshalb wir gerade jetzt auf diesen bunten Strauß an Themen kommen? Weil es genau die Themen sind, mit denen wir uns derzeit in unseren Beratungen, Trainings und Coachings beschäftigen, weil es genau die Themen unserer Kunden sind:

- Wie halten wir unsere Listung?
- Wie können wir unsere Preise erhöhen?
- Was erwartet der Handel von mir / von uns?
- Wo finden wir die richtigen Mitarbeiter für unser Key-Account?
- Welche Fähigkeiten brauchen unsere KAM?
- Wie sagen wir es unserem Kunden?

Falls Sie sich auch mit mindestens einem dieser Themen beschäftigen oder einfach wissen wollen, wie Sie in Verhandlungen mit dem Handel besser abschließen, dann sollten Sie sich folgende Termine merken:

14. - 15. November 2018 - [Im Kopf des Einkäufers®1](#) – Stuttgart
16. November 2018 - [Power-Workshop „Jahresgespräche“](#) – Stuttgart

Tiefe Insights. Hohe Praxisrelevanz

Teilnehmer schätzen besonders die tiefen Insights und die hohe Relevanz für die Praxis. Vielleicht ist das der Grund, weshalb bei einigen Unternehmen „Im Kopf des Einkäufers 1“ schon obligatorisch zur Ausbildung jedes neuen KAM gehört.

Ich kann dieses Seminar sehr empfehlen. Es ist sehr praxisbezogen und bietet auf der Basis langjähriger Einkäufererfahrungen ganz konkrete Ansätze für bessere Verhandlungen.

Hans-Jürgen Klauke, Vertriebsdirektor L'Oréal

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen neben einem wunderbaren Spätsommer vor allem erfolgreiche Jahresgespräche und dann auch schon bald ein paar ruhige Tage „zwischen den Jahren“. Doch bis dahin, gibt es noch jede Menge zu tun. Zeit und Gelegenheit genug gibt es.

Sonnige Grüße und bis bald in Stuttgart

Ihre
Kurt-Georg & Klaus Scheible

Unsere nächsten Termine in 2018:

14. - 15. November 2018 - **Im Kopf des Einkäufers®1** – Stuttgart

16. November 2018 - **Power-Workshop „Jahresgespräche“** – Stuttgart

Alle Termine 2018...

Sie haben ein individuelles Projekt oder ein besonderes Anliegen wie zum Beispiel eine Preiserhöhung, ein Folding oder Sie wollen in den Jahresgesprächen mit Ihrem Kunden weniger investieren oder einfach mal bei Sonderforderungen des Handels nicht dabei sein, dann sollten wir uns einfach mal unterhalten. Es gibt immer mehr als nur eine Lösung! Rufen Sie uns doch einfach mal an: 0711-22254478.

DRUCKEN SIE

Sie können diesen Erfolgsletter auch grafisch aufbereitet ausdrucken und ganz in Ruhe lesen.

KOPIEREN SIE

Nutzen Sie Artikel für eigene Publikationen. Einzige Bedingung: Hinweis und Link auf www.erfolgscampus.de

EMPFEHLEN SIE

Empfehlen Sie diesen Erfolgsletter, indem Sie ihn einfach weiterleiten. Vielen Dank.

STÖBERN SIE

Stöbern Sie in unserem [Erfogsletter-Archiv](#).

Erfolgscampus GmbH • Königstraße 10c • 70173 Stuttgart

Tel: +49 (0)711 22254478 • Fax: +49 (0)700 33441111 • info@erfolgscampus.de • www.erfolgscampus.de
Sitz in Göppingen • AG Ulm HRB 533954 • Geschäftsführer: Kurt-Georg Scheible, Klaus Scheible



Twitter

Facebook