



Rewe und Edeka kooperieren

Sehr geehrter Erfolgsverhandler,

ein mögliches Verbot des Zusammenschlusses zu Einkaufsgemeinschaften von Einzel- und Großhandel sorgt für ungewohnte Einigkeit zwischen den Chefs von Edeka und Rewe. Selten sind sich die Herren Mosa und Souque so einig wie bei ihrem Urteil zum Richtlinien-Entwurf gegen „unfaire Handelspraktiken“.

Für die einen ist es schlicht unfair, für die anderen zwingend erforderlich. Tatsache ist jedoch, dass die nationalen und mehr noch die internationalen Handelsallianzen, vielen Lieferanten gehörig Kopfzerbrechen bereiten. Und das nicht nur in den aktuellen Jahresgesprächen.

Kein offenes Training, keine Inhouse-Veranstaltung und keine Beratung ohne die Frage nach der richtigen Abwehrstrategie für die Verhandlungen bei den internationalen Handelsallianzen. Die sind für die Industrie ein echtes Problem und zur wahren Plage geworden. Bis die Götter der Politik jedoch für eine Lösung sorgen, halten wir es mit dem Sprichwort: „**Hilf dir selbst, so hilft dir Gott**“.

Hilfe zur Selbsthilfe gibt es zum Beispiel am 14. und 15. November 2018 in Stuttgart bei **Im Kopf des Einkäufers® 1**

[Mehr Informationen](#)

Die zweite Kooperation, gleich Partnerschaft, gehen dieser Tage Lidl und Bioland ein. Wir wünschen heute schon mal viel Freude und beiden Partnern langfristigen Erfolg, auch wenn wir genau daran so unsere Zweifel haben. Das kann allerdings auch an unseren einschlägigen Erfahrungen und unseren ganz eigenen Glaubenssätzen liegen. Übrigens, auch um Glaubenssätze geht es am 14./15. November in Stuttgart

[Mehr Informationen](#)

Auf jeden Fall verwischen mit der Partnerschaft von Lidl und Bioland die Grenzen zwischen den Handelsformaten noch stärker. Den Shopper hat die eher willkürliche Einteilung in Formate und Flächen eh noch nie interessiert. Vielleicht kommt nun zusammen, was schon immer zusammen gehört: Angebot und Nachfrage. Der Discount bietet an, wonach seine Kunden fragen.

Manche Lieferanten des Handels scheinen so weit (noch) nicht zu sein. Sie bieten weiter an, was die Absatzplanung will. Ungeachtet jeglicher Nachfrage wird die 27. Sorte des ursprünglichen Produkts in die Regale verfrachtet. Fehlender Absatz am POS und nicht vorhandener Wille beim Einkäufer werden dann über Rabatte, Konditionen und Aktionen erkaufte. Aber: **Rabatte machen die Ware nur billiger, niemals besser.** Und so gesellen sich zu geringen Mengen durch zu wenig Nachfrage auch noch schwindende Erträge durch gewährte Nachlässe. Allerdings nicht nur beim eh schon **schwächelnden Penner**, sondern erzwungenermaßen und quersubventioniert beim **unangefochtenen Renner**.

Nicht die starken Marken stärken die Schwachen, sondern die Schwachen schwächen die Starken. Wer es nicht glaubt, der kuckt sich einfach mal ein Teamrennen an, bei dem der letzte die Zeit fürs gesamte Team bestimmt. Mehr Umsatz. Mehr Ertrag. Mehr Gewinn. Strategien für Teamrennen. Am 14. und 15. November 2018 in Stuttgart bei **Im Kopf des Einkäufers® 1**

[Mehr Informationen](#)

Die dritte Kooperation der Woche kommt aus dem Online-Handel. 15,2 Mrd. Euro haben die Deutschen im dritten Quartal 2018 online umgesetzt. Die deutschen Shopper kooperieren also immer mehr mit den Online-Händlern. Wer das heute noch immer nicht sieht oder gar leugnet, der richtet auch seine Vertriebsstrategie für die Zukunft völlig falsch aus.

Dazu gehört auch, zu wissen, was die Kunden wollen und worauf sie wirklich Wert legen und in Zukunft noch mehr Wert legen werden. Wie sieht es zum Beispiel mit der hauseigenen Bewertungsstrategie aus? Wussten Sie zum Beispiel, dass inzwischen nahezu 90% der Verbraucher auf Bewertungen **vertrauen**? Dass drei von vier Kunden ihre eigene Entscheidung von den positiven und authentischen Bewertungen des Anbieters abhängig machen und mehr als die Hälfte der Deutschen für einen positiv bewerteten Anbieter sogar einen höheren Preis bezahlen? Wussten Sie, dass Artikel und Dienstleistungen mit Bewertungen häufiger gekauft werden als Artikel ohne Bewertung, dass die erste positive Bewertung die Quote um 10% steigert und laut einer Studie aus 2014 positive Rezensionen den Umsatz um durchschnittlich 30 – dreißig!!! - Prozent steigern?

Wissen Sie auch, wie Sie diese Entwicklung für Ihr Business und für Ihren persönlichen Erfolg einsetzen können – und sollten? Zu individuellen Bewertungsstrategien und deren Einsatz am 14. und 15. November 2018 in Stuttgart bei **Im Kopf des Einkäufers® 1**

[Mehr Informationen](#)

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