



Neue Gewitter über Hamburg & Genf

Sehr geehrter Erfolgsverhandler,

„never change a winning team“, so denken und handeln derzeit Markus Mosa und Gianluigi Ferrari. Was bei Nestlé offensichtlich ganz hervorragend funktioniert hat, wird wohl auch mit anderen namhaften Lieferanten möglich sein.

Also werden jetzt gleich mehrere Hersteller „abgestraft“. An der Stelle darf man sich ja schon mal fragen, wofür Unternehmen wie Mars, Red Bull und Heineken eigentlich abgestraft werden.

Im Grunde gibt es dafür nur drei mögliche Antworten:

1.

Es gibt Artikel und manchmal ganze Marken, auf die der Handel – und der Verbraucher – ganz einfach zu leicht verzichten kann. Denn es werden (derzeit noch) keine Top-Seller aufgelistet. Mars und Whiskas bleiben im Regal. Vom Handel wird also bestraft, wer – oder was - keinen echten Nutzen bietet.

Fazit: Relevanz schlägt Prominenz

2.

Immer neue, größere Forderungen des Handels sind ja nichts wirklich Neues. Nicht neu sind auch die immer noch gleichen Argumente der Lieferanten, zum Beispiel immer noch gern gehört der Hinweis auf die „starke Marke“. Jedoch merkt – und nutzt – der Handel was vor einigen Jahren begann und sich seitdem immer mehr verstärkt: Die Markentreue der Verbraucher verändert sich rasant und an ihre Stelle rücken andere Werte.

Fazit: Relevanz schlägt Marke

3.

Vom Brauchen zum Wollen. Der Handel und seine Einkaufskooperationen brauchen längst keine besseren Preise mehr, aber sie wollen. Der Hunger nach besseren Konditionen ist geweckt und scheint unstillbar. Die LZ schreibt sogar „die Edeka hat mit dem Fall Nestlé Blut geleckt“. Wir erinnern uns da an das legendäre „A bissel was geht immer“ des unvergessenen Monaco Franze und an die „Mäusestrategie für Manager“ von Spencer Johnson. In dieser launigen Geschichte treffen zwei Mäuse und zwei Zwerge auf einen größeren Vorrat an Käse und gehen von da an jeden Tag an den wunderbaren Ort. Doch eines Tages ist der Käse völlig überraschend verschwunden und während sich die einen sofort auf die Suche nach neuem Käse machen, entscheiden sich die anderen zu warten, in der Hoffnung, dass der Käse zurückkommt.

Fazit: Relevanz schlägt Tradition

Auf den Punkt gebracht, wird vom Handel derzeit abgestraft, wer sich auf seine Bekanntheit (Prominenz), seine Produkte (Marke) oder auf althergebrachte Aktionen und Vorgehensweisen verlässt.

Schon längst sollte allen klar sein, dass eine noch weitere Differenzierung bei den Produkten für niemand einen echten Mehrwert bietet. Wer noch mehr Produkte in immer größerer Bandbreite will, bezahlt dafür - derzeit die Industrie. Verstärkt wird dies durch eine zweite unumkehrbare Entwicklung, dem Abwenden der Kunden von der reinen Produktebene. „Der Produktverkauf stirbt“, behaupten Experten einstimmig, allein über den Zeitpunkt herrscht noch Uneinigkeit.

Einige Produktverkäufer betätigen sich jedoch sehr erfolgreich als Sterbehelfer. Mit ihrem mantraartig vorgetragenen „Weiter-So“ und den nur zu bekannten Totschlag-Einwänden „Das haben wir schon immer so gemacht“ oder „Das haben wir noch nie so gemacht“ halten sie zwar die Tradition hoch, warten jedoch weiter Tag um Tag darauf, dass der Käse zurückkommt.

Wir haben eine schlechte Nachricht: Weder in dem Buch noch in der Realität kam der Käse jemals zurück.

Wenn Sie also bereit sind die Tradition durch Relevanz zu ersetzen, dann sollten wir uns sehen. Entweder bei Ihnen, bei uns oder in einem offenen Training von ErfolgsCampus.

Wir freuen uns auf Sie!

Sonnige Grüße und bis bald in Stuttgart
Ihre
Kurt-Georg & Klaus Scheible

Unsere nächsten Termine in 2019:

12. - 13. Februar 2019 - **Im Kopf des Einkäufers®1** – Stuttgart
15. Februar 2019 - **Power-Workshop**
„Nach den Jahresgesprächen ist vor den Jahresgesprächen“ – Stuttgart

Alle Termine 2019...

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