



Ein Gutes Neues Jahr?

Sehr geehrter Erfolgsverhandler,

„Amazon verkauft mehr als je zuvor“, titelt die LZ noch im alten Jahr, und berichtet von „kräftig klingelnden Kassen“ und „vielen neuen Prime-Mitgliedern“.

Die Geschäfte scheinen für Amazon ja gut zu laufen, da lässt sich schon von einem guten Start ins neue Jahr sprechen, noch dazu, wenn man berücksichtigt, dass Amazon mit einem Börsenwert von 810 Milliarden US-Dollar (Stand 08.01.2019) das wertvollste börsennotierte Unternehmen und der Chef Jeff Bezos mit einem Vermögen von über 120 Milliarden der reichste Mann der Welt ist.

Dennoch wird Bezos nicht müde, von Ausruhen keine Spur. Nach und nach sollen – und werden – immer mehr Branchen „amazonisiert“ werden. Ein besonderer Dorn im Auge von Amazon ist dabei die derzeit noch herrschende Dominanz des deutschen Handels. „90 Prozent aller Transaktionen finden offline statt“, sagte kürzlich der Deutschlandchef von Amazon, Ralf Kleber in einem Interview, und ergänzte, dass es nichts bringe, „sich auf die zehn Prozent zu konzentrieren, die online einkaufen“.

Wer Amazon schon einige Zeit beobachtet, dem ist klar, dass Aufgeben keine Option darstellt und ein Rückzug allenfalls vorübergehend und von strategischer Natur sein wird. Also verstärkt Amazon, wie seine internationalen Wettbewerber übrigens auch, massiv seine Bemühungen im stationären Handel, nicht nur durch den Ausbau der Supermarktkette Whole Foods. Ralf Kleber, Amazon Deutschland-Chef, betrachtet daher „Online und Offline nicht als Entweder-Oder“, sondern tut alles, was seinen „Kunden das Leben leichter macht“.

Für uns klingt das ganz klar nach einem Angriff auf den stationären Handel in Deutschland. Amazon gibt sich weder mit einem möglichen Anteil von 10 Prozent am Markt zufrieden, noch schreckt die Größe der Wettbewerber mit einem momentanen Anteil von 90 Prozent. Spannend wird sein, wie schnell sich die Zahlen entwickeln, also wie lange es braucht, bis der Online-Anteil bei 11 Prozent liegt, was immerhin einem 10 %-igen Anstieg entsprechen würde – und natürlich wie die Offline-Anteile erodieren.

Interessant für die Lieferanten der Händler werden dann zwei Dinge sein:

1. Die Forderungen der stationären Händler auf Unterstützung oder gar Exklusivität. Hier haben Lieferanten ja schon einige Erfahrungswerte, wenn es darum ging, „plötzlich“ an Aldi zu liefern oder ein Wettbewerber des Handels mal wieder „bessere Preise zeigte“.
2. Die Vorgehensweise und die Forderungen von Amazon. Viele Lieferanten stellen nach Aufnahme der Gespräche mit Amazon erstmal erstaunt fest, dass sich die Abläufe, Strukturen, Gespräche, ja die gesamte Vorgehensweise von Amazon im Vergleich zu den klassischen stationären Händlern, zum Teil dramatisch unterscheiden. Wie wird sich das verändern, wenn Amazon noch stärker in den stationären Handel einsteigt?

Unsere Veranstaltungen **„Power-Workshop“** und **„Im Kopf des Einkäufers“** waren ursprünglich darauf ausgerichtet, Unternehmern, Geschäftsführern, Vertriebsleitern, Key-Account-Managern, Verkäufern und allen Leistungsträgern in Vertrieb und Verkauf zu zeigen, wie sie besser und erfolgreicher verhandeln können.

Heute sind diese Inhalte noch immer wesentlicher Bestandteil unserer Veranstaltungen – deshalb kommen ja immer mehr Unternehmer, Geschäftsführer und Führungskräfte aus dem Vertrieb zu uns. Gleichzeitig kommen

immer mehr Teilnehmer, die täglich im direkten Kontakt mit den Kunden sind und auch die sind genau richtig, denn sie erfahren, wie sie

- die immer neuen und höheren Forderungen des Handels kontern
- ungerechtfertigte Forderungen geschickt ablehnen
- mit der immer stärkeren Dominanz von Amazon umgehen
- mit Amazon auf Augenhöhe verhandeln
- mit effektiven Verhandlungstaktiken die Vertriebsstrategie schützen
- die gesteckten Vertriebs- und Unternehmensziele erreichen

Mit diesen Links finden Sie mehr Informationen und Anmeldemöglichkeiten

<http://erfolgscampus.de/events/power-workshop/>
<http://erfolgscampus.de/events/im-kopf-des-einkaeufers1/>

Für die Veranstaltungen im Februar gibt es noch freie Plätze zu Last-Minute-Konditionen. Da liegt Ihr Invest für den „Power-Workshop“ statt bei 99 Euro pro Ticket nur bei 49 Euro und bei „Im Kopf des Einkäufers“ statt 3290 bei nur 2490 Euro.

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** – 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