

Samsung

Neue Strukturen im Außendienst – Kooperation mit Nobilia

Mittwoch, 24.06.2020

Um den Fachhandel in dynamischen Zeiten weiterhin ideal betreuen zu können, hat Samsung Hausgeräte seine Außendienst-Struktur verändert. Mit diesem Schritt reagiert das Unternehmen gleichzeitig auf den Wandel in der Handelslandschaft. Die Anpassung betrifft unter anderem die Häufigkeit der Besuche, Fahrtwege und die Steuerung von Marketingmaßnahmen.

Ziel des Prozesses sei es, den Fachhandel durch häufigere Besuche vor Ort noch besser zu unterstützen. Durch die engere Betreuung stärke Samsung nun zusätzlich seine Präsenz im Fachhandel. Der Außendienst ist in vier Regionen aufgeteilt. Sie werden von je einem Regionsleiter und seinem Team der Gebietsverkaufsleiter betreut. Um den Küchen- und Möbelfachhandel kümmert sich ein zusätzliches Team. Diese Aufstellung ermögliche es, konkret und fokussiert auf die Bedürfnisse der einzelnen Kanäle einzugehen.

Die Anpassung basiert auf der Untersuchung interner Daten zur Steuerung und Bewertung aller Aktivitäten des Vertriebs – besonders Umsatzstärke und Lage der einzelnen Märkte standen dabei im Fokus. Nach einer ersten internen Analyse wurden im zweiten Schritt externe Daten des Marktforschungsinstitut GfK herangezogen. Auf der Basis dieser umfangreichen Auswertung traf Samsung die Entscheidung, die Arbeitskraft im Außendienst noch gezielter als bereits zuvor zu nutzen, um die Beziehung zu den Fachhändlern weiter zu intensivieren. Mitarbeiter im Vertrieb können durch optimierte Fahrtwege mehr Märkte innerhalb einer Region betreuen. Diese Ergebnisse finden künftig auch für viele weitere Maßnahmen Verwendung: Eine noch engere Bindung zum Fachhandel ermögliche beispielsweise noch konkretere Marketingaktivitäten im lokalen Umfeld, die sich individuell an die Stärken und Möglichkeiten des einzelnen Händlers anpassen lassen.

„Mit einer neuen Regionalstruktur tragen wir den sich verändernden Marktanforderungen Rechnung,“ sagt Ralf Meschkewitz, Head of Regional Sales Samsung Electronics. „Durch eine höhere Besuchsfrequenz werden wir noch näher am einzelnen Händler sein und können gemeinsam schneller auf Bedürfnisse und Chancen reagieren.“ Das sei besonders für Partner mit einem breiteren Produktportfolio wichtig, um die bestmögliche Kunden- und somit Sortimentspflege sicherzustellen.

Kooperation mit Nobilia

Für noch mehr Durchschlagskraft soll zudem die Kooperation mit Nobilia sorgen. Zur Hausmesse in Verl wird der Hausgerätehersteller seine neue „Infinity“-Serie exklusiv präsentieren und außerdem in 25 Kojen präsent sowie mit einem eigenen 200 qm großen Stand vertreten sein. Samsung wird außerdem neuer Partner in der Komplettvermarktung von Nobilia.

Und auch im Marketing gibt Samsung Gas: Der u. a. durch die TV-Show „The Taste“ bekannte Koch Tim Raue wird neues Testimonial.

Neue Strukturen im Außendienst – Kooperation mit Nobilia

Links

- [Samsung](#)