

Thema: Prater Wien

Autor:

Kundenevent

Es gibt zahlreiche Veranstaltungen im Jahr, wohin die Chefs aus Reifenhandel und Kfz-Betrieb von den Lieferanten eingeladen werden, um sich über Produkt und Kaufmannsinn kundig zu machen. Das ist der Sell-in genannte Prozess. Jene Leute, die den Reifen letztendlich an den Endverbraucher bringen, sind für Marketingleiter



„Wer die Leute in der Etappe nicht ehrt, ist ihre Zuwendung nicht wert“, reimt Wilhelm Krejci.

Wilhelm Krejci von Semperit Reifenhandel GmbH, Wiener Neudorf, die wahren Helden: „Erst im Sell-out tritt die Wahrheit zutage, wer erfolgreich Reifen vermarktet. Das sind die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in den Filialen und draußen an der Kundenfront.“

Diese Kräfte anzusprechen und sie zu motivieren, ist das Ziel der aktuell in Kooperation mit den ÖAMTC-Testzentren in Österreich laufenden „Semperit Kart-Rallye“. Eingeladen sind alle, die mit Semperit in Kundenkontakt stehenden Reifenfachhandelsbetriebe. „Pro Betrieb ist ein Team mit zwei Fahrern startberechtigt“, erzählt Markus Füllenhals Organisationsdetails, „die Auswahl der beiden Fahrer trafen die Betriebe in Absprache mit der Geschäftsleitung selbst.“

Wenn am 19. Juni 2011 auf der „Bergallye“-Strecke im Wiener Prater das Finale abgeht, haben die Teilnehmer aus den Bundesländern schon einige Kilometer Kart-Rennsport hinter sich.

Das besondere daran

Welche Teams auch immer dann in Wien angetreten sind, feiern im traditionellen „Schweizerhaus“ ihren Finaleinzug. Das Paket beinhaltet Hotel inklusive Verpflegung. Für Semperit Ehrensache, die Erfolgsmacher gleich zu behandeln wie sonst nur die Firmenchefs.

Die drei Siegerteams kommen im September auf der Kaiserswiese im Wiener Prater dann zu zusätzlichen Ehren: Alle im Kundenkontakt stehenden Mitglieder der besten drei Teams werden inklusive Übernachtung dazu eingeladen.

Dementsprechend sind auch die Nennungen ausgefallen, einen Betriebsausflug gewinnen zu können.

Idee mit Seltenheitswert

Semperit erweist mit dieser Event-Serie ihren traditionell ver-

bundenen Reifenfachleuten an der Kundenbasis die Referenz. Mitgestaltet von den Außendienstspezialisten, die damit auch ein Dankeschön für die oft anstrengende Tagesarbeit an die richtige Stelle platzieren können.

„Sie sind es, die in Zeiten schwieriger Warenverfügbarkeit zur Marke stehen und Kundenwunsch mit Absatzziel in Konsens bringen“, ist Krejci sicher, das stets limitierte Werbegeld solide zu investieren.

Blickpunkt Kunde

„Die Kontaktpflege zu den Entscheidungsträgern ist ja evident“, erklärt Krejci seine Strategie, „Wer sich von der Konkurrenz abheben will, muss dem Reifenhandel ein durchgängiges Betreuungskonzept bieten und Semperit hat sich zur Kart-Rallye entschieden.“ Schlüsselthema ist die Wertschätzung jener Leute, die im Verkauf und im Service täglich im Wettbewerb der Marken um die Gunst der Kunden fighten.

Bei vielen Semperit-Kunden stieß dieses Marketingkonzept auf große Sympathien, bietet es doch auch dem Chef die Möglichkeit der freien Motivationsgestaltung. Der Kunde bleibt dabei im Fokus – das ist wichtig!

Krejci, Füllenhals & Co. erfüllen damit auch einen Wunsch des Semperit-Außendienstes, das Personal am Point of Sale mit Incentives nicht zu vergessen.

Industrie einerseits sowie Verkauf und Service andererseits können sich über diese Betreuungsqualität freuen, dank der Einführung neuer und ausgeklügelter Marketingideen die Kundenbindung zur Marke Semperit zu festigen.

Semperit hat viel vor im Markt. Neue Produkte der von Continental Reifen AG vermarkteten Traditionsmarke stehen in den Chefetagen im Einkauf und in der Verfügbarkeit im Mittelpunkt des Interesses.

Gleichzeitig verfestigen sich im täglichen Dialog zwischen Lieferant und Handel Ideen, dieses Konzept auszubauen. Egal, was noch alles in den Marketingstuben ausgeheckt wird, die Beziehungspflege der Reifenindustrie zu den Umsetzern im Verkaufsräum und im Service reguliert Ideen und Aufwand zum gewünschten Erfolg.

Semperit ist zuversichtlich, dem Wettbewerb mit der Kart-Rallye wieder einen Schritt voraus zu sein. ● (LUS)



Markus Füllenhals sorgt für Convenience an den Rennstrecken in ganz Österreich.

