

DER WEG INS REGAL



Damit **Ihr Weg** ins Regal
kein Irrweg wird...



DIE 10 SCHRITTE AUF DEM WEG INS REGAL

Das Konzept „Der Weg ins Regal“ bietet Produzenten eine Hilfestellung für den Markteintritt in den Lebensmitteleinzelhandel an. Die gesamte Spannweite von der Markt- und Produktanalyse über die Preisfindung bis hin zu Listungs-Gesprächen, deren Umsetzung vor Ort und dem Aufbau einer dauerhaften Vertriebsorganisation werden angeboten und in Abstimmung und laufender Kooperation mit dem Produzenten durchgeführt.

1 > Sortimentsfestlegung

Gemeinsam mit dem Produzenten wird das bestehende Produktsortiment auf einzelhandelsfähige Artikel untersucht. Es werden unter anderem Anpassungen der Verpackungsgröße und der Marke besprochen. Der logistische Weg der Belieferung wird geprüft und festgelegt. Anschließend wird gemeinsam ein Sortiment festgelegt, welches in der Folge dauerhaft in den ebenfalls festgelegten Formen des Einzelhandels zu listen ist.

2 > Wettbewerbsanalyse

Im Rahmen der Sortimentsanalyse werden von mir Erhebungen durchgeführt zu der Fragestellung, welche gleichen oder ähnlichen oder vergleichbaren Produkte bereits in welchen deutschen Einzelhandelsgeschäften geführt werden. Ebenfalls werden deren Produktnutzen und Qualität sowie die Verkaufspreisstellung erhoben. Die Marktchancen für die Produkte des Produzenten werden geprüft und dargestellt.

3 > Preiskonzept/Kalkulation

Aufgrund der Erhebung werden gemeinsam mit dem Produzenten Zielverkaufspreise für die ausgewählten Artikel festgelegt. Unter Berücksichtigung der zu erwartenden Forderungen des Handels in Form von dauerhaften und zeitweisen Rabatten, Listungsgelder und sonstigen Kosten der Markteinführung werden die Gewinnmöglichkeiten des neuen Sortiments überprüft.

4 > Preislisten, Artikelstammdaten, Kataloge

Dem Produzent werden die Anforderungen des Handels an die zu verwendenden Unterlagen und die Form der Datenaufbereitung vermittelt. Gemeinsam mit dem Produzenten wird nach Lösungen gesucht, die durch die IT- und/oder Verkaufsabteilung zeit- und kostensparend umgesetzt werden können.

5 > Zielkundenauswahl

Gemeinsam mit dem Produzenten werden die Zielunternehmen des Handels sowie die zeitliche Abfolge des Herangehens festgelegt. Es werden Angebotsunterlagen nach den festgelegten Konditions- und Rabattvorgaben vordefiniert und gemeinsam mit der Verkaufsabteilung des Produzenten zum Versand gebracht.

6 > Vereinbarung von Gesprächsterminen

Zur Nachverfolgung und positiven Umsetzung der Angebote werden gemeinsam mit dem Produzenten und den Entscheidungsträgern des Handels persönliche Gesprächstermine in den mit dem Produzenten festgelegten Zeitfenstern vereinbart.



7 > Durchführung von Leistungsgesprächen

Es werden gemeinsam mit den Entscheidungsträgern des Handels Gespräche mit dem Ziel der Einlistung der vorgesehenen Sortimente in den Räumen des Handels geführt.

8 > Sicherstellung der Warenpräsenz

Um nach erfolgreicher Einlistung das dauerhafte Vorhandensein aller Sortimentsteile im Regal des Handels sicherzustellen, wird mit dem Produzenten ein entsprechendes Konzept entwickelt.

9 > Auswahl von Handelsvertretungen und/oder Mitarbeitern

Um die Umsetzung des Präsenzkonzeptes zu gewährleisten ist ein Mitwirken bei der Auswahl von Handelsvertretungen und/oder Mitarbeitern ebenfalls Bestandteil der Leistung.

10 > Übergabe

Nach Abschluss aller Arbeitsschritte und Zielerreichung (Einlistung im Warensortiment des Handels) werden sämtliche Dokumentationen an den Produzenten übergeben und die Tätigkeit wird ohne weitere Ansprüche beendet.

Christoph Riegel *Vertriebsberater*

➤ Gütersloher Straße 34 | 33378 Rheda-Wiedenbrück | Telefon 05242 189393 | Mobil 0178 4151705
christoph.riegel@ins-regal.de | www.der-weg-ins-regal.de