

Sika Industry Magazin - 2011

Bemutató körút – sikeres marketing elképzelés

A Sika pozitív visszajelzéseket kapott ügyfeleitől, miután gyakorlati bemutató körutat szervezett az új Sikaflex® AT termékcsaládnak.

A megfelelő termék mellett a meglévő és a lehetséges végfelhasználókkal kialakított személyes kapcsolat kifejezetten fontos a sikerhez. Ez vezetett ahhoz a döntéshez, hogy alkalmazzanak egy ügynevezett eladást támogató munkatársat. Benjamin Hunzikerrel fiatal, motivált személyt nyertünk, aki rendelkezik a megfelelő szakértelemmel és gyakorlattal ehhez az érdekesítő munkához. Képzett autószerelő, aki éveken keresztül dolgozott autóüvegezési szakemberként a DESA Autoglass cégnél, amelyik a SikaTack® szélvédőragasztót alkalmazta. Szakértelme, mely komoly és professzionális szemlélettel társul, a legjobb oldaláról mutatja be termékeinket a végfelhasználóknak a gyakorlati bemutatók során az ügynevezett bemutató körutakon, melyeket abból a célból szervezünk, hogy felkeltsük az érdeklődést és fokozzuk a termékek iránti igényt. Ez az effektus, melyet marketing körökben „húzóhatás”-ként ismernek, hozzájárul minden kereskedő partnerünkénél és saját magunknál is az eladások fokozásához.



A bemutató esemény az alábbiakból áll:



Megbeszélés a cég vezetőjével, vagy a műhelyfőnökkel, a bemutató lefolyásának és időigényének tisztázása

A bemutató helyének berendezése, a bemutatóhoz szükséges eszközök és anyagok kikészítése; ennek olyan gyorsan kell megtörténnie, amennyire csak lehet

**MINŐSÉGÜGYI
RENDSZERÜNK**
önkéntesen tanúsítva
rendszeres felügyelettel
ISO 9001:2008 szerint



**KÖRNYEZETIRÁNYÍTÁSI
RENDSZERÜNK**
önkéntesen tanúsítva
rendszeres felügyelettel
ISO 14001 szerint





A tárgy (az elmélet) ismertetése és gyakorlati bemutató a vevő bevonásával

A bemutató után az a cél, hogy elérjük, hogy a vevő visszacsatolást adjon, elfogadjon egy üzletkötést, tegyen megrendelést, lehetőleg a mi kereskedő partnerünkön keresztül. A kereskedést támogató kollega hagyhat korlátozott mennyiségben egyedi kartust vagy dobozt a vevőnél, ezeket azonban következetesen le kell számláztatni a kereskedő partnerünkkel. A végfelhasználónál tett időszakos követő látogatás ugyancsak része az eladást segítő munkatárs tevékenységének.

Szerencsére az eladást segítő munkatárs aktivitása gyümölcsöző tevékenység! A munka 2010 júniusában kezdődött, s Svájcban már 160 felett van a meglátogatott felhasználói helyek száma. A termékekre vonatkozó visszajelzések többségükben pozitívak. A többi európai Sika céghez képest a Sika Switzerland a második helyet szerezte meg a belső versenyben a kartusos Sikaflex®-527 AT és Sikaflex®-529 AT eladásban.

Együttműködés partnerünkkel, a Carbesa céggel

A CBR Sikaflex® AT termékek piacra viteli kampánya, melyet egy évre terveztek, kereskedő partnerünknel, a Glas Trösch Autoglas leányvállalatánál, a Carbesa cégnél fog lezajlani. Kereskedő partnerünk gondoskodni fog arról, hogy kiváló minőségű anyagot juttasson el a végfelhasználóknak. Partnerünk felelős lesz a termék tökéletes elosztásáért, lehetővé fogja tenni a végfelhasználóknak a kismennyiségű rendeléseket is, akár kartusonként is.

Mi az a bemutató körút (roadshow)?

A kitűzött cél, hogy körutanként körülbelül négy bemutatót tartsunk egy nap alatt, ebből legalább kettőt előzetes megbeszélés alapján. A fennmaradók az úgynevezett „cold calling” csoportba tartoznak (telefonos vagy személyes ajánlkozás és üzletkötés), mint például az előzetes megbeszélés nélküli látogatás.

Bemutató körút – a további növekedés optimális eszköze számos piaci szegmensben

Az eladások további növelés érdekében azt tervezik a CBR kampányt követően, hogy további piaci részesedés elnyerése céljából más végfelhasználói csoportok számára is megszervezik a meglévő kereskedelmi partnerekkel együtt a bemutató körutakat.

