

Internationale Vertriebspartner, Distributoren, Vertretungen gesucht

20.09.2007, 11:23 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Michael Richter - Internationale Marketing- und Vertriebsberatung*



Strategische Marketingplanung macht den Erfolg und den Ertrag größer

So oder so ähnlich lauten hunderttausende von Anzeigen bzw. ‚Classifieds‘ im Internet. Als größtes frei verfügbares Medium heute bietet sich das Internet natürlich auch an. Leider wird dabei oft vergessen, dass sich dann vielleicht auch ‚Glücksritter‘ aller Art melden. Und bis der Unternehmer das festgestellt hat - besonders wenn es um einen Markt oder ein Marktsegment geht, auf dem keine Erfahrung vorliegt, sondern es nur ein Versuch ist auch dort den Vertrieb anzustoßen - kann viel Zeit vergehen.

Noch kritischer wird es, wenn der so gefundene Kontakt ‚das Blaue vom Himmel‘ über seine lokalen Verbindungen, usw., erzählt, und möglicherweise den Unternehmer dazu bringt ihm für eine gewisse Zeit ‚Exklusivität‘ einzuräumen.

Werden dann die beabsichtigten oder sogar vereinbarten Ziele nicht erreicht bzw. seitens des Partners nicht die richtigen Schritte unternommen, ist der entsprechende Markt/das Marktsegment unter Umständen für einige Jahre ganz oder nahezu ‚tot‘.

Damit hat der Wettbewerb alle Möglichkeiten in dieser Zeit zu wachsen und den späteren Zugang zu erschweren oder macht ihn gar gänzlich unmöglich. Aus diesem Grunde sollte sich jeder Unternehmer heute - egal, ob klein oder groß – der Mühe unterziehen jeden neuen Markt strategisch anzugehen.

Dazu gehört beispielsweise vorab die Information

- Wie viele und welchen Kunden (passende Firmengröße, Umsatz, etc.) stehen für uns als Abnehmer (wo in diesem Land/Markt) potentiell zur Verfügung.
- Welche Wünsche haben diese Kunden und inwiefern ist unser Produkt geeignet diese Bedürfnisse abzudecken, oder wo müssen wir evtl. ergänzen/nachbessern
- Welche Vertriebswege bieten sich an bzw. welche sind möglicherweise bei diesen Kunden/für dieses Marktsegment bereits ‚eingefahren‘ und wir müssen uns ihrer auch bedienen
- Welche passenden Vertriebspartner gibt es dann und sind diese auch frei, d. h. sie vertreiben keine Wettbewerbsprodukte, usw.

Je nach zu vertreibendem Produkt sind natürlich weitere Fragen zu stellen und zu beantworten. Hat man diese Informationen gesammelt und ausgewertet, ist die Entwicklung einer marktbezogenen Strategie möglich und dann – aber

eben auch erst dann – sollte man sich passende Vertriebspartner suchen.

Dann kann man sie aber auch direkt ansprechen, ihnen mögliche Marktpotentiale und -chancen vorstellen und mehr, und ist nicht auf das ‚Fischen im Trüben‘ angewiesen.

Ausgenommen sind selbstverständlich derlei Anzeigen, die in entsprechenden industriellen begrenzten Fachportalen erscheinen, aber auch hier ist Vorsicht geboten.

Portrait

Michael Richter – Internationale Marketing- und Vertriebsberatung – befasst sich seit mehr als 35 Jahren mit der strategischen Marketingplanung und Vermarktung der verschiedensten Investitionsgüter und langlebigen Gebrauchsgüter auf allen 5 Kontinenten – seit 1991 als selbständiger Marketingberater, insbesondere für KMU. Daneben bietet er interne Seminare/Trainings zu Themen des Marketing an, siehe <http://www.marketing-und-vertrieb-international.com/marketing-schulung.htm>

News-ID: 159329 • Views: 1369 (Stand: 30.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/159329/Internationale-Vertriebspartner-Distributoren-Vertretungen-gesucht.html>