

## Birchmeier et le commerce – joindre collectivement la clientèle

### L'innovation dans le produit demande de l'innovation au niveau du marketing!

«Les innovations sont et étaient durant l'histoire de la société Birchmeier un facteur de succès stratégique». Comme la devise de Monsieur Erich Widmer, Chef de Vente chez Birchmeier: «Développer, produire et commercialiser». Trois étapes durant le cycle vital d'un nouveau produit qui doivent être respectées et qui nous garantissent la réussite de travailler main dans la main avec nos partenaires commerciaux. Remarque: Joindre le client ensemble! Nous nous avons efforcés de pouvoir développer – avec le commerce – l'introduction des produits.

Rapidon 6, l'innovation la plus jeune de la maison Birchmeier, n'est pas encore très connue auprès des utilisateurs privés. Ce produit ne ressemble pas tout de suite à un bidon d'essence sur le premier coup d'œil, comme également ses avantages. Avec lui, on fait le plein – ce qui doit prendre de l'essence de façon propre, vite, simple et écologique, comme par ex.: tondeuses, tronçonneuses, aspirateurs souffleur, génératrices de secours, fraiseuses à neige, hors-bord et d'autres. Ce qui est génial, est qu'il fonctionne sans renversement et sans usage d'entonnoirs. Il n'est pas nécessaire de monter ou démonter des pièces supplémentaires et des mains puantes sont également du passé. Voici ce que le Rapidon nous offre en une seule pression de bouton – ce qui correspond à la formulation exacte de Monsieur Widmer.

### Marketing de vente et de communication: La chance du commerce de détail

Des nouveaux produits de grande utilité offrent une bonne chance de pouvoir tenir les clients ainsi d'attirer de la nouvelle clientèle. Erich Widmer: «Nos produits figurent pas vraiment un produit principal de grandes chiffres d'affaires, mais l'expérience nous montre ceci: Les clients n'apprécient pas seulement la haute qualité et la disponibilité du produit, également la consultation compétente au niveau des applications et accessoires, des conseils pratiques; Ainsi que le service de réparation et non en dernier une personne spécialisée qui donne des conseils professionnels.» Birchmeier livre des produits qui per-

mettent le service et une consultation spécialisée, ce qui est également valable pour le Rapidon 6. Conformément, Birchmeier offre un support de marketing. Des aides de vente pratiques et bien utiles.

### On commence avec une formation

Vendre avec du succès, veut dire: Connaître le produit et d'être persuadé et passionné. Comme aide d'entrée pour la formation des collaborateurs, collaboratrices qui ont du contact avec la clientèle et comme support pour la conversation de vente, nous offrons le Mind Map qui montre la fonctionnalité et qualité du Rapidon 6.

### Vendeurs calmes

Avec une image pendante (image 2), les produits neufs ou anciens deviennent un support publicitaire. Ce pendant – fixé au produit – attire l'attention. Ceci montre le pourcentage de régression. Pour une présentation optimale, nous fournissons des cartes enfichables (image 3) et un angle de fixation simple (image 4), avec lequel le Rapidon peut être placé en position d'avitaillement. Application et fonctionnalité sont tout de suite visibles.

### Documentation comme support publicitaire classique

Outre cela, nous mettons à disposition divers prospectus polyvalents: Comme annexe avec nos factures, expéditions aux clients, étalage auprès de la caisse; Comme accompagnement avec un achat ou avec une réparation; Comme matériel d'informations durant un salon, foires ou manifestations etc. Pas de limites sont fixées aux possibilités d'intervention.

### Matériel de presse; textes, photos, images animées

Le commerce est bien connecté la plupart du temps. User des liaisons aux médias locaux (imprimé, en ligne, radio, télévision) – les médias trouvent un grand plaisir par des informations préparées. Nous mettons également à disposition des DVD, s avec articles de presse, photos et vidéos professionnels y compris.

### Innovation im Produkt fordert Innovation im Marketing!

«Innovationen waren und sind in der Geschichte von Birchmeier ein strategischer Erfolgsfaktor». So Erich Widmer, Verkaufsleiter bei Birchmeier. «Entwickeln, herstellen und vermarkten. Drei Phasen im Lebenszyklus eines neuen Produktes, die es zu führen gilt. Dies gelingt, wenn wir als Hersteller mit unseren Vertriebspartnern, dem Handel, Hand in Hand zusammenarbeiten. Stichwort: Den Endanwender erreichen!

Wir haben uns einiges einfallen lassen, um – gemeinsam mit dem Handel – die Produkteinführung ausbauen zu können.»



# Birchmeier und der Handel – gemeinsam die Kunden erreichen

Rapidon 6, die jüngste Birchmeier-Innovation, ist beim Endanwender noch fast unbekannt. Das Produkt ist nicht auf den ersten Blick als Benzinkanister erkennbar. Ebenso wenig dessen Vorteile. Mit ihm ist zu betanken, was sauber, schnell, einfach, umweltfreundlich betankt werden muss: Rasenmäher, Kettensägen, Laubbläser, Notstromaggregate, Schneefräsen, Aussenbordmotoren u.a. «Das Geniale daran: Er funktioniert ohne Kleckern, Verschütten, Hantieren mit Trichtern. Teile müssen nicht montiert oder abmontiert werden, und auch stinkende Hände sind passé. Das ist es, was der Rapidon 6, der Benzinkanister mit K(n)öpfchen, bietet», bringt es Erich Widmer auf den Punkt.

## Verkaufs- und Kommunikationsmarketing:

### Die Chance des Detailhandels

Neue Produkte mit hohem Nutzen bieten eine gute Chance, Kunden zu halten und neue Kunden zu gewinnen. Erich Widmer: «Unsere Produkte stellen für einen Detailhändler kaum einen Hauptumsatzträger dar. Doch die Erfahrung zeigt: Die Kunden schätzen nebst der hohen Qualität und der Verfügbarkeit der Produkte, die kompetente Beratung über Anwendung und Zubehör, die praktischen Tipps; ebenso den Reparaturservice. Und nicht zuletzt den Spezialisten, der über die Birchmeier-Produkte berät.» Birchmeier liefert Produkte, die Beratung und Serviceleistung ermöglichen. So ist es auch mit dem Rapidon 6. Entsprechend bietet Birchmeier Marketingunterstützung an. Praktische, gut nutzbare Werbematerialien und Verkaufshilfen.

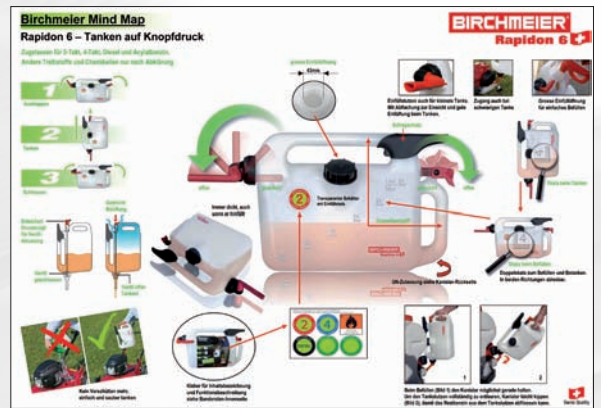


Bild 1: Mind Map. Funktion und Nutzen des Rapidon 6 auf einen Blick.  
Photo 1: Mind Map. Fonction et utilisation à première vue.

### Am Anfang steht die Schulung.

Erfolgreich verkaufen heisst, das Produkt zu kennen, überzeugt und begeistert zu sein. Als Einstiegshilfe in die Schulung der MitarbeiterInnen mit Kundenkontakt und auch als Unterstützung für das Gespräch mit Kunden: die Mind Map (Bild 1). Diese zeigt Funktion und Eigenschaften des Rapidon 6.

### Stille Verkäufer

Mit dem Hänger (Bild 2) werden Geräte, ob neu oder im Service, zum Werbeträger. Der an einem Gerät befestigte Hänger erregt Aufmerksamkeit – das zeigt die hohe Rücklaufquote. Für die optimale Präsentation gibt es Aufsteckkarten (Bild 3) und eine einfachen Montagewinkel (Bild 4). Mit diesem kann der Rapidon an einem Gerät in Tankposition angebracht werden. Einsatz und Funktion werden auf den ersten Blick sichtbar.

### Prospektmaterial als Werbeklassiker

Ausserdem stehen Prospekte zur Verfügung. Sie sind vielseitig einsetzbar: Beilage bei Rechnungen, Postver-