



WHITEPAPER VERTRIEBSOUTSOURCING



Navigieren

Sie durch den Wandel:
**Strategien für den Einzelhandelserfolg
mit externen Vertriebsteams**



Inhaltsverzeichnis



- 01 Einleitung
- 02 Vertriebsoutsourcing: Maßgeschneiderte Lösungen für den Einzelhandel
- 04 Die Sales Force der Zukunft: Die Eckpfeiler für den Erfolg
- 06 5 Gründe für strategisches Vertriebsoutsourcing
- 13 Fazit
- 14 Kontaktdaten

EINLEITUNG

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

es freut mich, Sie in die Neuauflage unseres Whitepapers „Strategien für den Einzelhandelserfolg mit externen Vertriebsteams“ einzuführen. In der vorherigen Ausgabe lag der Schwerpunkt auf den Auswirkungen der Pandemie. Obwohl es den Anschein hat, dass die Pandemie überwunden ist, stehen dem Einzelhandel immer noch zahlreiche andauernde und komplexe globale Herausforderungen gegenüber.



In diesem sich ständig wandelnden Marktumfeld und den rasant verändernden Verbrauchieranforderungen wird die Bedeutung des Point of Sale als entscheidender Touchpoint immer deutlicher. Umso wichtiger ist es, für Marken nicht nur Produkte zu verkaufen, sondern auch Geschichten zu erzählen und Menschen zu erreichen.

Als Inhaber einer weltweit agierenden Dienstleistungsagentur, die sich auf die gesamte Bandbreite der Distribution, Platzierung und Inszenierung spezialisiert hat, ist es meine Leidenschaft, die aktuellen Herausforderungen im Handel zu verstehen und dafür innovative Lösungen zu entwickeln, die effizient umzusetzen sind. Denn um ehrlich zu sein, schafft die reine Produktplatzierung allein noch keine emotionale Verbindung zum Konsumenten.

Unser Whitepaper nimmt Sie mit auf eine Reise durch die gegenwärtigen Herausforderungen im Handel. Es gibt Ihnen Anregungen, wie Sie durch die Partnerschaft mit uns als erfahrenem B2B-Vertriebsoutsourcer nicht nur die traditionellen Aspekte der Distribution optimieren, sondern auch innovative Wege finden, um Marken in den Köpfen der Menschen zu verankern. Von datengetriebenen Platzierungsstrategien bis zu erlebnisorientierten Inszenierungen am POS bieten wir Lösungen, die über das Gewöhnliche hinausgehen. Unabhängig davon, ob Sie ein ein- oder mehrstufiges Vertriebsmodell verfolgen.

Ich lade Sie ein, gemeinsam mit uns die Zukunft des Einzelhandels zu gestalten – eine Zukunft, in der Marken nicht nur Produkte verkaufen, sondern Menschen inspirieren und bewegen.

Johann-Hinrich Nagel

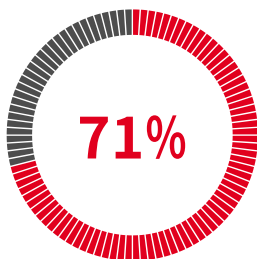
Geschäftsführer CPM Germany GmbH

01

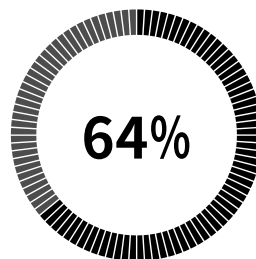
VERTRIEBSOUTSOURCING:

Maßgeschneiderte Lösungen für dynamische Kundenansprüche im Einzelhandel

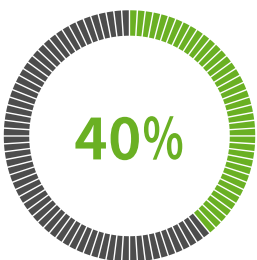
Die Kundenerwartungen und das Kundenverhalten im Einzelhandel haben sich durch die Pandemie drastisch verändert. Diese bleiben nun bestehen und entwickeln sich stetig weiter. Die Konsumenten nutzen Technologie, um Preise und Produkte schnell zu vergleichen, sowohl online als auch im Geschäft. In vielen Kategorien erlebt der stationäre Handel nach der Pandemie eine Renaissance. Gleichzeitig wächst das Verlangen nach Nachhaltigkeit, und Käufer erwarten klare Markenbotschaften. Aktuelle Statistiken belegen dies:



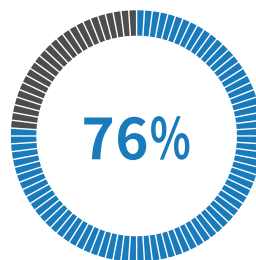
ist die globale Abbruchrate des Warenkorbs in der Einzelhandelsbranche. (Statista)



der globalen Verbraucher wünschen, dass Unternehmen schneller reagieren, um ihren sich ändernden Bedürfnissen gerecht zu werden. (Accenture)



der globalen Verbraucher wünschen, dass Unternehmen schneller reagieren, um ihren sich ändernden Bedürfnissen gerecht zu werden. (Accenture)



der globalen Verbraucher bevorzugen es, bei Einzelhändlern einzukaufen, die Dienstleistungen und Materialien auf besonders ethische Weisen beschaffen. (Accenture)

In diesem neuen Marktumfeld ist die Anpassungsfähigkeit und die Fähigkeit, die Kunden im Mittelpunkt zu behalten, von entscheidender Bedeutung.

Vertriebsmodelle müssen sich kontinuierlich weiterentwickeln, innovativ und effizient sein, um den sich verändernden Anforderungen im Einzelhandel gerecht zu werden.

Erfahren Sie auf den folgenden Seiten, wie strategisches Vertriebsoutsourcing maßgeschneiderte Lösungen für dynamische Kundenansprüche liefert, Ihr Markenimage nachhaltig stärkt und die Kundenbindung kontinuierlich ausbaut.

Maßgeschneiderte Lösungen für dynamische Kundenansprüche im Einzelhandel

Nr. 01 – **Technologie vs. Kundenerwartung:**

Für Markenhersteller ist es von entscheidender Bedeutung, die Kundenansprüche im digitalen Zeitalter – Preise, Produkte und Verfügbarkeit in Echtzeit zu vergleichen – in den Einzelhandel zu transformieren. Dies ist ein entscheidender Faktor, um die Wettbewerbsfähigkeit der Marke zu steigern. Strategisches Vertriebsoutsourcing gewährleistet nicht nur optimale Produktpräsentation und durchgängige Verfügbarkeit. Es trägt auch dazu bei, dass Produktinformationen stets aktuell sind und Sonderplatzierungen zielgerichtet umgesetzt werden.

Nr. 02 – **Nachhaltigkeit und klare Markenbotschaft:**

Kunden legen heute verstärkt Wert auf Nachhaltigkeit und Ethik. Markenhersteller, die dieses Thema glaubhaft besetzen, grenzen sich von der Konkurrenz ab und erhöhen die Kundentreue. Doch weder Siegel noch „grüne“ Motive können diese konsistente Botschaft wirksam an den Kunden vermitteln. Durch die Zusammenarbeit mit externen Vertriebsteams können Vermarktungsaktivitäten wie Promotion, Verkostungen und Sonderplatzierungen dazu beitragen, die Nachhaltigkeit der Marke und der Herstellung hervorzuheben. Dies fördert nicht nur die Kundenloyalität, sondern trägt auch zu einer Stärkung des Markenimage bei.

Nr. 03 – **Flexibilität und Effizienz:**

Die Einzelhandelslandschaft verändert sich ständig, und äußerliche Marktbedingungen können sich rasch ändern. Durch strategisches Outsourcing können Sie flexibel auf diese Veränderungen reagieren. Außendienstmitarbeiter setzen Sie jeweils nach Bedarf ein. Dies führt zu einer effizienteren Nutzung von Ressourcen und ermöglicht es Ihnen agiler auf den Markt zu reagieren.



Fazit

Der Einzelhandel ist im Wandel, und äußerliche Marktbedingungen ändern sich rasch. Durch strategisches Outsourcing reagieren Sie auf diese Veränderungen. Außendienstmitarbeitende setzen Sie nach Bedarf ein. Dies führt zu einer effizienteren Nutzung von Ressourcen und Sie reagieren agiler auf den Markt.

Vertriebsexperten entwickeln passgenaue Maßnahmen, die nachhaltig Ihr Markenimage stärken und die Kundenbindung kontinuierlich ausbauen. So erhalten Sie einen größeren Handlungsspielraum und optimieren die Effizienzrate im Hinblick auf Personal, Finanzen und nachhaltiges Wirtschaften.

02

DIE SALES FORCE DER ZUKUNFT

Die Eckpfeiler für den Erfolg

Im Zeitalter der digitalen Transformation, die durch die Pandemie noch beschleunigt wurde, stehen Unternehmen im Einzelhandel vor neuen Herausforderungen und Chancen. Diese gewinnbringend für die eigene Marke zu nutzen, erfordert innovative Vertriebsstrategien, um die geänderten Erwartungen der Kunden am POS zu befriedigen.

Drei Schlüsselfaktoren, die die Sales Force der Zukunft definieren:

Nr. 01 – Digitale Transformation:

Kunden erwarten nahtlose Einkaufserlebnisse, die Online- und Offline-Kanäle miteinander verbinden. Dies erfordert neue Vertriebsmodelle, die diese Integration ermöglichen. Unternehmen müssen flexibel auf die Anforderungen des digitalen Zeitalters reagieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben

Nr. 02 – Omnichannel-Vertrieb:

Kunden nutzen eine Vielzahl von Verkaufskanälen, darunter physische Geschäfte, E-Commerce, mobile Apps und soziale Medien. Die Zusammenführung und Abstimmung dieser Plattformen gehören mittlerweile zum kleinen 1 × 1 des modernen Omnichannel-Vertriebs. Erfolgreiche Unternehmen setzen fortschrittliche Analysetools ein und kombinieren diese mit eigenen Erkenntnissen, um bessere und schnellere Entscheidungen zu treffen. Durch eine nahtlose Integration der Kanäle bieten Sie Ihren Kunden ein konsistentes und personalisiertes Einkaufserlebnis.

Nr. 03 – Daten und Analytik:

Die Nutzung von Daten und fortschrittlicher Analytik ist von zentraler Bedeutung, um das Kundenverhalten zu verstehen und personalisierte Angebote zu erstellen. Neue Vertriebsmodelle müssen auf datengesteuerten Erkenntnissen basieren, um den Kunden das bieten zu können, was sie wirklich wünschen. Letztlich helfen Daten und zielgerichtete Analytik aber auch, die Nachhaltigkeit des Sales Force Einsatzes zu erreichen.

Die Eckpfeiler für den Erfolg



CPM ist ein Vorreiter in dieser Entwicklung und investiert intensiv in digitale Kapazitäten und Fachwissen. Wir verstehen, wie man die physische, digitale und kommunikative Sales-Journey effektiv verknüpft, um die Sales Force der Zukunft zu gestalten. Dies ermöglicht es unseren Kunden, in der sich wandelnden Einzelhandelslandschaft erfolgreich zu sein und den Kundenerwartungen gerecht zu werden.

23%

Unsere AXIS_Datenanalysetools ermöglichen unseren Kunden maximale Effizienz für ihre Vertriebsaktivitäten. Die Marken unserer Kunden verzeichnen bis zu 23% Umsatzanstieg.

Durch die Verwendung unseres Online Merchandisingtools, konnte einer unserer Kunden durch Aufdecken entsprechender Verkaufschancen im Onlinevertrieb eine sofortige Erhöhung des Vertriebs-ROI im Verhältnis 24:1 erzielen. Ein weiterer Kunden verdoppelte seinen Marktanteil in 2 Jahren in 4 Ländern, indem er das Tool für tägliche Audits der Onlineverkaufsabwicklung einsetzte.

CPM investiert gezielt in digitale Expertise, um eine nahtlose Integration von physischem, digitalem und verbalem Vertrieb zu ermöglichen. Die erfolgreichsten Unternehmen setzen Daten, das Internet und Künstliche Intelligenz ein, um ihre Vertriebsaktivitäten zu optimieren und Echtzeitentscheidungen zu treffen.

Um die Post-Covid-19-Realität sowie weitere einschneidende äußerliche Ereignisse widerzuspiegeln, sind neue Ansätze zur Datenanalyse und Modellierung erforderlich. Unternehmen haben die Chance, von diesen Entwicklungen zu profitieren, indem sie Vorausplanung, Kostenmanagement und die Bewältigung von Volumenänderungen verbessern. Strategische Outsourcing-Partner investieren in diese Fähigkeiten, um ihren Kunden entscheidende Mehrwerte zu bieten.

Während Organisationen sich auf die Weiterentwicklung ihres Markenversprechens konzentrieren, bieten Vertriebsoutsourcing-Partner ihre Expertise in Markenvertrieb und -wachstum, gestützt auf innovative Vertriebstechnologien. Solche Investitionen können allein für Unternehmen oft schwer umsetzbar sein und sind daher ein zentraler Aspekt von strategischem Vertriebsoutsourcing.

5 GRÜNDE

Für strategisches
Vertriebsoutsourcing



01

VERKAUFSEXPERTISE MIT HINGABE:



Top-Verkaufstalente, die Ihre Marke im Fokus behalten

Unternehmen streben stets nach den besten Produkten. In dieser Mission ist das Herzstück der Vertriebsagenturen ihr tiefgreifendes Wissen im Bereich Vertrieb. Genau hier setzen strategische Outsourcing-Partner an – sie stellen einen beeindruckenden Pool an Expertenwissen und Vertriebstalenten zur Verfügung, von dem Unternehmen in hohem Maße profitieren.

Eine Vertriebsoutsourcing-Partnerschaft gewährt Unternehmen Zugang zu den besten Vertriebsexperten und somit zu deren unschätzbaren Fachkompetenz und reichem Erfahrungsschatz. Besonders wertvoll ist die langjährige Vertriebserfahrung, insbesondere in verschiedenen Branchen und den für diese Branchen wichtigen Vertriebskanälen, die diesen Partnerschaften ihren einzigartigen Wert verleiht.

Investitionen in innovative Vertriebstools sind wichtig, aber der wahre Erfolg liegt bei den Unternehmen, die Zugang zu fortschrittlichen Analysemodellen und aktuellen Datenquellen haben. Dadurch sind sie in der Lage, fundierte Prognosen zu erstellen, beispielsweise in Bezug auf Verkaufschancen in verschiedenen Märkten. Auf diese Weise können Außendienstaktivitäten optimiert und der Vertriebs-ROI maximiert werden. Strategische Vertriebsoutsourcing-Partner sind absolute Experten auf diesem Gebiet und nutzen innovative Analysewerkzeuge, die auf aktuellen Datenbanken basieren.

Der von CPM entwickelte „Power Outlet Selector“ verknüpft quantitative und soziodemografische Informationen mit konkreten Umsetzungsergebnissen auf Einzelmarktebene und ermöglicht damit eine individuelle Marktauswahl mit verbessertem ROI für die vertrieblisch zu forcierenden Marken/Produkte.

Die Botschaft ist klar: Der Zugang zu erstklassiger Expertise und modernster Technologie durch strategische Vertriebsoutsourcing-Partner ist der Schlüssel zum nachhaltigen Erfolg und zur Steigerung des Vertriebs-ROI für Ihr Unternehmen.

02

DIE KUNST DER ANPASSUNG



Flexibilität in einer sich wandelnden Welt

Der Covid-19-Lockdown veranschaulichte uns, wie unerwartete Ereignisse Geschäftspläne durchkreuzen. In turbulenten Zeiten ist es entscheidend, dass Ihr ausgelagertes Vertriebsteam stets einsatzbereit ist und die Ressourcen an die wechselnde Marktdynamik anpassen. Schließlich ist der Vertrieb bedarfsabhängig! Flexible Kapazitätsanpassung ist nicht nur in Krisensituationen, sondern auch bei saisonalen Vertriebsaktivitäten, der Produkteinführung und der Bekämpfung von Wettbewerbsaktivitäten entscheidend.

Mit Vertriebsoutsourcing stellen Sie sicher, jederzeit auf ein Experten-Team zurückgreifen, das genau das tut, was Sie am dringendsten benötigen. Sie haben die Möglichkeit, mit einem Team von Null zu starten und innerhalb von Wochen auf über 100 Mitarbeiter zu skalieren, um sich auf Produktneueinführungen, den Wettbewerbsdruck, erwartete Nachfragesteigerungen oder gezielte Marktsegmentierungen vorzubereiten.

Der dynamische Markt erfordert flexible Verkaufsteams. „Liquid Workforce“ ist der Schlüssel: 60–70 % für standardisierte Verkaufsaktivitäten, 30–40 % für agile Reaktionen auf Chancen, geplant und gesteuert mit „State of the Art“ CRM-Systemen. Technologieinvestitionen fordern Unternehmen enorm heraus und sind teuer, gehören jedoch für strategische Sales-Outsourcing-Agenturen zum Standard.

Flexibles Vertriebsoutsourcing ist der Schlüssel, um sich schnell und kostenoptimal an sich verändernde Marktbedingungen anzupassen und in der dynamischen Geschäftswelt erfolgreich und profitabel zu sein.



Flexibilität in einer sich wandelnden Welt

Beim Aufbau externer Vertriebsteams müssen im Vorfeld vier Komponenten stehen, um mit der Marktbearbeitung starten zu können. In der Regel benötigt man einen Vorlauf von 6 bis 12 Wochen.

1. Die vertraglichen Grundlagen inkl. konkreter Zielvereinbarungen

2. Das Team-Set-Up: Rekrutierung und Personal-Management

3. Die Infrastruktur: CRM-System, Systemschnittstellen, Datenfluss und Datensicherheit, Softwarekonfiguration und Systemzugänge

4. Know-how-Transfer: Marken-, Produkt-, Systemschulungen und Kommunikationsdesign



03

KONSEQUENTE FOKUSSIERUNG



Ihr Mehrwert in unseren Händen führt zu sicherem Markenwachstum am POS/POI

Peter Drucker sagte einmal: „Do what you do best and outsource the rest.“ Dieser Ratschlag verdeutlicht, warum Unternehmen sich idealerweise auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren sollten, während sie Vertriebsoutsourcing-Partnern die Verantwortung für den Vertrieb überlassen.

Durch das Auslagern von Vertriebsaktivitäten können Unternehmen die Steigerung ihres Vertriebsergebnisses konsequent den Vertriebspartnern überlassen. Dies ermöglicht es dem Unternehmen selbst, sich auf wesentliche Aspekte wie Produktentwicklung und Marketingprogramme zu konzentrieren, ohne von konkurrierenden internen Prioritäten abgelenkt zu werden.

Die Integration einer strategischen Vertriebsoutsourcing-Partnerschaft eröffnet Markenherstellern die Möglichkeit, externe Vertriebsteams optimal in verschiedene Unternehmensbereiche zu integrieren und Maßnahmen zur Steigerung der Gesamtvertriebsleistung gezielt voranzutreiben. Mit Outsourcing-Partnern, die sich ausschließlich auf den Verkaufsprozess im relevanten Absatzkanal konzentrieren, profitieren Sie von kürzeren Vorlaufzeiten und schnelleren Umsetzungsraten, die mit internen Verkaufsteams nur schwer zu erreichen sind.

Vertriebsoutsourcing-Agenturen, als Vertriebsexperten, setzen innovative Vertriebs- und Analysetools ein, um Besuchs- und Rüstzeiten zu optimieren und Time-to-Market-Vorteile zu erzielen. So sind Sie stets einen Schritt voraus und behalten die Kontrolle über Ihren Erfolg am Point of Sale.

Durch Outsourcing müssen Sie sich nicht mehr um das perfekte Vertriebsteam sorgen, sondern können nahtlos mit einem leistungsfähigen Team zusammenarbeiten. Dies verschafft Ihnen die Freiheit, sich auf unternehmensspezifische Prioritäten zu konzentrieren, mit der Gewissheit, dass Ihr Markenwachstum am POS in sicheren Händen ist.

04

CHANCEN-MANAGEMENT



Die Agilität von Vertriebsoutsourcing am POS

In diesen sich rasch wandelnden und immer weniger voraussagbaren Zeiten wächst für Unternehmen die Herausforderung, sich mit einer langfristigen Planung auf die Zukunft einzustellen. Der Brexit, die Datenschutz-Grundverordnung, Inflation und sogar geopolitische Konflikte – all das hat den sozioökonomischen Wandel vorangetrieben. Der beständige Krisenmodus, in dem wir uns befinden, zwingt Unternehmen dazu sich maximal flexibel bei minimaler Kapitalbindung aufzustellen.

Während sich Unternehmen dieser großen Herausforderung stellen und „Kurs in stürmischer See halten“, sind Vertriebsoutsourcing-Dienstleister stets auf das fokussiert, was am Ende der Kette funktionieren muss: den Vertrieb und das Umsatzwachstum am POS. Wir investieren kontinuierlich in Lösungen, die dem gerecht werden und unseren Kunden das sichere Gefühl geben vertrieblich alles richtig zu machen.

Outsourcing-Agenturen zeichnen sich durch ihre zielgerichtete und zeitnahe Anpassungsfähigkeit aus. Im Gegensatz dazu können interne Teams oft ihren Fokus aufgrund anderer „dringender interner“ Angelegenheiten verlieren, sei es die Produktion, die Lieferkette, Kundenanfragen, Personalthemen oder interne Prozesse. Zusätzlich ist es im regulierten Arbeitsmarkt für Unternehmen kein leichtes Unterfangen die Arbeitskraft flexibel an die benötigte Arbeitsleistung anzupassen. In Unternehmen mit Betriebsräten sind Outsourcing-Partner Experten darin, Lösungen in enger Abstimmung mit der Arbeitnehmervertretung zu entwickeln. So können sie flexibel auf jede Veränderung reagieren, ohne dabei kostbare Verkaufszeit zu verlieren.

Vertriebsoutsourcing am POS bietet Ihnen die Agilität, um in einer zunehmend unsicheren Zukunft Chancen zu ergreifen und Ihre wertvolle Verkaufszeit bestmöglich zu nutzen. Damit sind Sie bestens gerüstet, um den Wandel zu meistern.

05

BUDGET-CONTROLLING



Kostenkontrolle in einer Welt der Unsicherheit

Covid-19, Lieferkettenprobleme, die Inflation und die mit all dem verbundenen Lieferengpässe zwingen Organisationen dazu, ihre Ausgaben kritisch zu überprüfen. Herkömmliche Budgetprognosen stoßen an ihre Grenzen, wenn es um die Unsicherheiten und Risiken der Zukunft geht. Unternehmen sind gezwungen, effiziente Lösungen zu finden, die sowohl Leistungsbereitstellung als auch Kostenkontrolle in einer sich ständig wandelnden Umgebung gewährleisten. Mieten oder Kaufen wird zur neuen Realität.

Vertriebsoutsourcing bietet eine natürliche Antwort auf diese Herausforderung. Wir bieten Ihnen eine Vielzahl von Geschäftsmodellen, die Unternehmen in Bezug auf finanzielle Kontrolle optimale Flexibilität gegenüber internen Fixkostenmodellen bieten. Während Festpreismodelle Kostensicherheit bieten, suchen Unternehmen in der gegenwärtig volatilen Umgebung vermehrt nach variablen Kostenmodellen, die oft mit einem Risiko- und Belohnungselement verbunden sind, um sicherzustellen, dass Vertriebsoutsourcing-Partner am Erfolg des Unternehmens beteiligt sind.

Vertriebsoutsourcing bietet Markenherstellern die Möglichkeit, Kosten flexibel zu steuern und sich gleichzeitig an eine sich wandelnde Welt anzupassen. Es ermöglicht die Anpassung an unsichere Zeiten und stellt sicher, dass der Erfolg Ihres Unternehmens und Ihres Vertriebspartners Hand in Hand gehen.



Fazit

In den letzten drei turbulenten Jahren sind die Unternehmen gewachsen, die sich die nötige Bewegungsfreiheit für das Mögliche und Machbare beibehielten und konsequent mit einer mutigen Strategie auf langfristigen Erfolg einzahlten. Diese Innovationsbereitschaft sichert nachhaltige Wettbewerbsvorteile. Um zukünftige Herausforderungen zu bewältigen, sollten sich Unternehmen kritische Fragen zu Wachstum, Skalierbarkeit und finanzieller Kontrolle stellen und diese mit den steigenden Kundenerwartungen in Einklang bringen.

Eine Organisationskultur, die darauf abzielt, Wertschöpfungsprozesse in enger Zusammenarbeit mit Partnern zu verwirklichen, ist von zentraler Bedeutung für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit. Ein kompetenter Vertriebsoutsourcing-Partner kann ein elementarer Teil solch einer Wertschöpfungsgemeinschaft sein.

Organisationen, die den Wandel von geschlossenen Systemen hin zu wahren Partnerschaftsnetzwerken erfolgreich meistern, erweisen sich als widerstandsfähiger und erzielen nachweislich mehr Erfolg.

Bewerten Sie Ihr Unternehmen anhand folgender Kriterien:

- Können Sie Ihre Gewinnprognosen und Kostenplanungen für die nächsten 3 Jahre mit ausreichender Genauigkeit erstellen?
- Ist Ihre derzeitige Vertriebsstruktur, insbesondere in Bezug auf Expertise und Flexibilität, darauf ausgerichtet, stets das Hauptaugenmerk auf Umsatzwachstum zu legen?
- Verfügt Ihr Unternehmen über die notwendigen Kapazitäten und Flexibilität, um Vertriebsressourcen rasch an die Marktdynamik anzupassen?
- Sind umfangreiche Investitionen in digitale Vertriebsplattformen und Analysemodelle möglich, die für die künftige Entwicklung und den Erfolg Ihres Unternehmens entscheidend sind?

Sollten Sie eine dieser Fragen mit „Nein“ beantworten, ist Vertriebsoutsourcing zweifellos von Bedeutung für Ihr Unternehmen und sollte in Ihrer strategischen Planung nicht fehlen.

Kontaktieren Sie uns!



Vertriebsoutsourcing ist nicht nur eine Reaktion auf Herausforderungen, sondern eine proaktive Strategie, um den Erfolg aktiv zu gestalten. Das Team von CPM Germany GmbH ist stolz darauf, in über 40 Jahren schon viele Unternehmen auf diesem Weg zu begleiten, sie bei unterschiedlichen Herausforderungen zu unterstützen und darauf vorbereiten zu dürfen, den zukünftigen Entwicklungen im Einzelhandel erfolgreich zu begegnen.

Unsere Außendienstteams sind hochspezialisierte Vertriebsmitarbeiter, die auf die Markenwelt unserer Kunden trainiert sind.

Wenn nicht jetzt, wann ist dann der richtige Zeitpunkt, um zu handeln?

Johann-Hinrich Nagel und sein kompetentes Team stehen für ein unverbindliches Gespräch zur Verfügung, um gemeinsam die Weichen für Ihren Erfolg am Point of Sale zu stellen.



Johann-Hinrich Nagel
Geschäftsführer



Niels Franken
Vertriebsleiter



CPM Germany GmbH, Im Atzelnest 5, 61352 Bad Homburg



+49 6172 805 401



info@cpmgermany.de



LinkedIn CPM Germany