



**Roland Schuler**  
Export *Marketing Know How*

# **Fitness für den internationalen Wettbewerb**

## **Fitness-Programm: Teil 4**

## Umsetzung der Marktstrategie (Steuerung der Vertriebskanäle)

*Bei der Umsetzung der Marktstrategie auf Auslandsmärkten kommt dem „richtigen“ Vertriebspartner und –kanal eine Schlüsselrolle zu*

Beim Eintritt in einen neuen Markt gilt es in einem ersten Schritt die Vertriebskanäle aufzubauen. Wo bereits Vertriebskanäle etabliert sind, kommt der Steuerung und Betreuung der Vertriebskanäle eine zentrale Rolle zu. Oft wird die Meinung vertreten, die Umsetzung der Markt- und Verkaufsstrategie solle gänzlich dem Vertriebspartner vor Ort überlassen werden. Die Erfahrung zeigt, dass es allzu gefährlich ist, sich einfach vertrauensvoll „in die Arme“ des lokalen Vertriebes zu legen.

Sich regelmässig in Erinnerung zu rufen und Einfluss zu nehmen auf die aktive und konsequente Umsetzung der Markt- und Verkaufsstrategie wird zu einer Daueraufgabe. Eigentlich genauso, wie dies im Heimmarkt geschieht. In wichtigen Märkten kann die Steuerung und Betreuung des lokalen Vertriebsnetzes - statt von der Schweiz aus - durch eine eigene Tochtergesellschaft vor Ort erfolgen (allenfalls reicht ein Representative Office).

**!!! Wegen der grossen Bedeutung des Vertriebes im Auslandsgeschäft, müssen Vertriebsentscheide und die Auswahl der Vertriebspartner mit Sorgfalt und mit der nötigen Konsequenz durchgeführt werden**

## Erfolgskontrolle und Monitoring

*Märkte verändern sich heute sehr schnell; was gestern noch aktuell und richtig war, kann heute bereits überholt sein. Selber am Puls des Marktes sein und bleiben ist ein Muss.*

Ganz wichtig ist es, dass regelmässige Erfolgskontrollen in den Auslandsmärkten durchgeführt werden; insbesondere bezüglich:

Performance der Vertriebspartner  
Potentialausschöpfung  
Entwicklung der Konkurrenz  
Markttrends

**!!! Die Beziehungen zu den Vertriebspartnern immer aktiv und dynamisch halten (nicht einschlafen lassen!) und vor allem: die Marktnähe nie verlieren!**

### **...eine Schlussbemerkung**

Mit einer konzentrierten, systematischen Vorbereitung des Markteintrittes und Marktbearbeitung kann das Risiko eines Misserfolges sehr stark eingeschränkt werden. Jene Zeit, die man zu sparen glaubt, indem man direkt „zum Kern der Sache“ vordringt, verliert man des öfteren in der operativen Phase. Abschliessend ein Bild aus dem Fussball: nicht immer gewinnt jene Mannschaft, die während 90 Minuten ungestüm angreift. Sehr oft ist jenes Team erfolgreicher, das abgeklärt die sich bietende Chance sucht und diese verwertet.

Roland Schuler - Export **Marketing Know How**  
Gerbegass 6  
6204 Sempach  
Tel.: ++41 (0)41 460 42 53  
e-mail: roland@schuler-marketing.ch