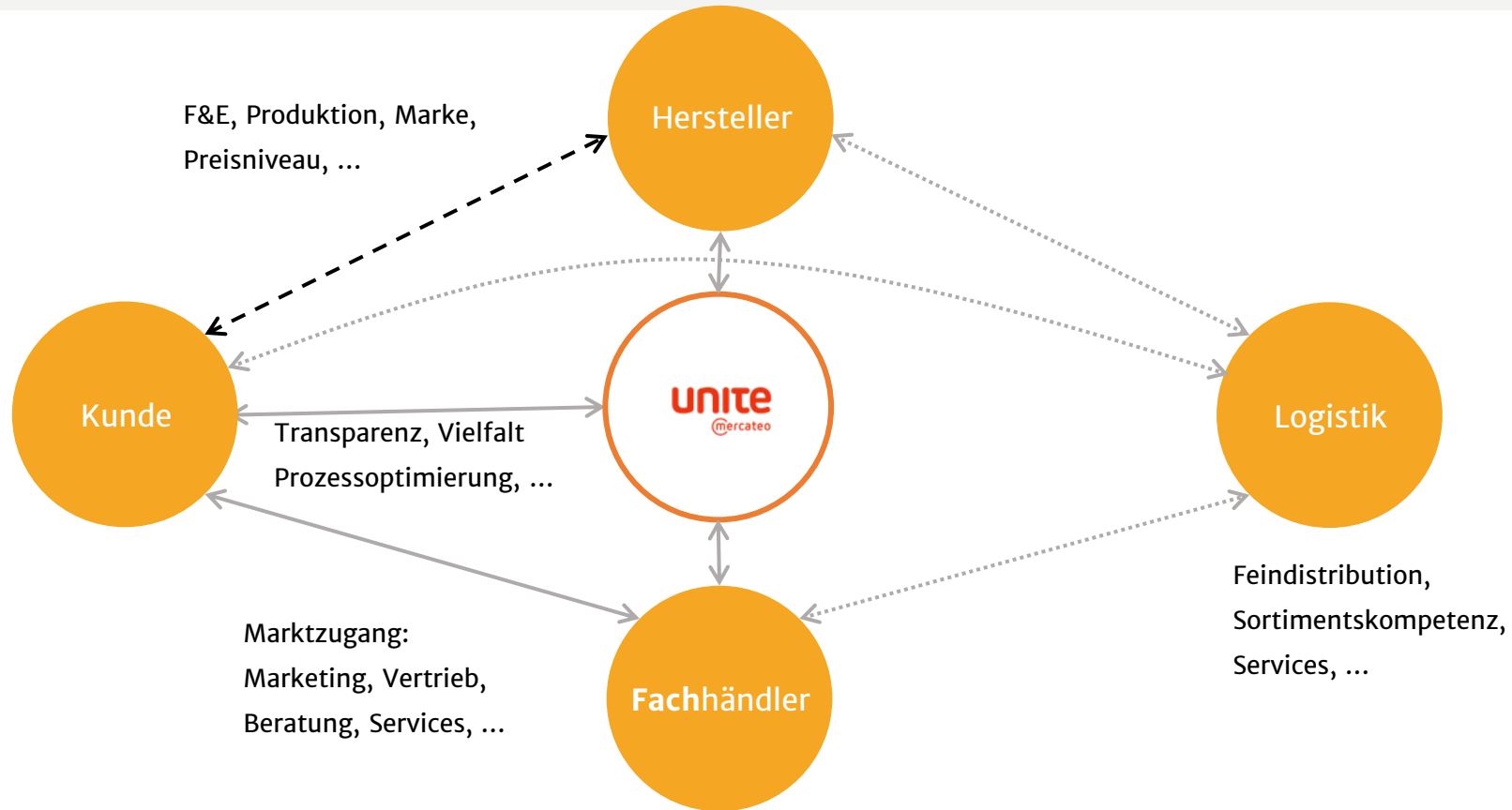




Der Marken-BusinessShop - Die Lösung des Kanalkonflikts im B2B

→ SupplierDay, 10.Mai 2017

Wertschöpfungsstufen im Handel



My Rieber Presse Referenzen Magazin Services Unternehmen Planer & Architekten Zertifikate Kundenservice Kontakt Suche


Rieber
Get organized for BetterFood.

Professional Kitchen Components

GN-BETRIEBSSYSTEM LAGERN VORBEREITEN ZUBEREITEN ABSAUGEN
TRANSPORTIEREN SPEISENAUSGABE/SPEISENVERTEILUNG MOBILE GERÄTE

RIEBER JETZT AUCH ONLINE **Rieber** über **UNITE**
© Mercateo

Finden Sie den richtigen Fachhändler mit
Vollsortiment ganz in Ihrer Nähe.



The image displays a grid of 16 professional kitchen components arranged in four rows and four columns. The items include: a tall metal storage rack with yellow drawers; two refrigerated storage units on wheels; a stand mixer; a large orange plastic storage bin; a white oven; a green hand truck; a flat metal tray; a stainless steel prep table; a double sink with two faucets; a square metal tray; a stainless steel cabinet unit; a smaller stainless steel cabinet unit; a flat metal tray; two round metal lids; a grey circular lid; and a circular stainless steel sink.

- Kunden erhalten durch den Herstellerkatalog Zugang zum vollständigen Sortiment des Herstellers inkl. Zubehör und Ersatzteile
- individuelle Preise und Beratung durch die Fachhändler
- Kunde erhält automatisch alle Updates des neuen Sortiments des Herstellers
- Komplettes Produktprogramm des Herstellers sind digital bestellbar und eProcurement fähig
- Produkte sind in eine Anbieter übergreifende Plattform eingebettet

- Fachhändler verbessern und erweitern ihr Angebot gegenüber den Kunden
- Fachhändler erhalten einen digitalen Vertriebskanal und werden damit fest in der digitalen Wertschöpfungskette verankert
- Fachhändler sind fester Bestandteil einer neutralen B2B - Vernetzungsplattform
- Fachhändler profitieren von der Marke des Herstellers
- Fachhändler profitieren von den Vertriebsmaßnahmen des Herstellers
- Fachhändler können ggf. mehr Hersteller vertreiben
- Fachhändler müssen sich nicht um die Produktbeschreibungen kümmern

- Hersteller erschließen sich neue digitale Vertriebskanäle ohne dabei die Fachhändler zu umgehen
- Hersteller definieren selbst das beim Kunden platzierte Sortiment und können sicherstellen, dass ihr gesamtes Sortiment standardmäßig verfügbar ist
- Hersteller können ihre Marketing-/Vertriebsaktivitäten genauer steuern und bewerten
- Hersteller können die Fachhändler gezielter unterstützen
- Hersteller machen sich unabhängig von den digitalen Fähigkeiten der Fachhändler
- Hersteller übernehmen die Verantwortung für die Datenqualität ihrer Produkte im Markt