



Über die „Lift & Learn“-Funktion werden Kunden mittels interaktiver Inhalte zum Portfolio beraten.

30.08.2018 13:02 CEST

Handelsoffensive bei Garmin: Interaktiver POS und neue Vertriebsstruktur

München, 30. August 2018 – Garmins rasante Weiterentwicklung vom Navigationsanbieter und Spezialisten für Sportprodukte hin zum Hersteller von Wearables für Jedermann führt zu einer immer stärkeren Konvergenz der stationären Handelskanäle. Um Händler in allen Produkt- und Strategiefragen zukünftig noch besser beraten zu können, wurden die bisher nach Produktbereichen getrennten Vertriebsteams zusammengelegt. Die Außendienstmitarbeiter verantworten zukünftig kleinere Regionen, beraten dort aber sowohl große Flächenmärkte als auch kleine Spezialisten.

Die Handelsoffensive im Überblick:

- Vereinigung des 14-Mann starken Consumer Electronics- und Fachhandel-Vertriebsteams in Deutschland
- Mitarbeiter verantworten kleinere Außendienstregionen, gleichzeitig aber alle Produkte und Anfragen ihrer Handelspartner
- Neues POS-Konzept mit interaktiven POS-Möbeln: Über „Lift & Learn“-Funktion am Möbel wird Beratungsleistung für Kunden verbessert
- Erstmalige Vorstellung der POS-Möbel zur IFA

„Die Umstrukturierung war ein logischer Schritt, um den Herausforderungen des Consumer-Marktes und den Bedürfnissen unserer Handelspartner gerecht zu werden“, so Mathias Paul, Manager Sales bei Garmin Deutschland. „Unsere Händler schätzen es, einen festen Ansprechpartner im Unternehmen zu haben. Mit der neuen Struktur können wir noch umfassender beraten und beim Abverkauf unterstützen, da sich der Außendienst in allen Belangen seines Gebiets auskennt und Marketing- und Vertriebsaktionen zielgerichteter mit seinen Händlern planen kann“, ergänzt Paul.

Modernste POS-Möbel machen Garmin Produkte erlebbar

Angepasst an den ganzheitlich modernen Active-Lifestyle-Auftritt des Unternehmens, verändert sich auch die Präsentation am Point of Sale. „Getreu unserem Motto #BeatYesterday haben wir ein POS-Design entwickelt, das neue Wege geht. Ziel ist es, unsere beratungsintensiven Produkte erlebbar zu machen und unsere Kunden direkt am POS bei der Auswahl des für sie richtigen Gerätes an die Hand zu nehmen“, so Simone Weber, Manager Marketing bei Garmin Deutschland. Herzstück des neuen POS-Auftritts ist eine Möbelserie in verschiedenen Ausführungen und Größen. Deren Highlight ist die sogenannte „Lift and Learn“-Funktion, die beim Abheben der Produkte vom Terminal aktiviert wird. Interessierte Kunden können sich automatisch die USPs der Geräte näher erklären lassen und als Entscheidungshilfe heranziehen. Die interaktiven Inhalte erfüllen somit eine wichtige Beratungsfunktion für den Konsumenten und eröffnen dem Händler Zeit für weiterführende Kaufentscheidungsgespräche.

Im ersten Schritt erhält der CE-Fachhandel die neuen POS-Möbel, die erstmals auf der IFA präsentiert werden.

Über Garmin

Garmin entwickelt seit mehr als 25 Jahren mobile Produkte für Piloten, Segler, Autofahrer, Golfspieler, Läufer, Fahrradfahrer, Bergsteiger, Schwimmer und für viele aktive Menschen. Von Automotive über Fitness und Outdoor bis hin zu Marine und Aviation hat Garmin seit der Gründung 1989 über 190 Millionen Produkte verkauft. Über 11.500 Mitarbeiter arbeiten heute weltweit in 50 Niederlassungen daran, ihre Kunden ganz nach dem Motto #BeatYesterday dabei zu unterstützen gesünder zu leben, sich mehr zu bewegen, wohler zu fühlen, oder Neues zu entdecken. Garmin zeichnet sich durch eine konstante Diversifikation aus, dank derer Fitness & Health Tracker, Smartwatches, Golf- und Laufuhren erfolgreich etabliert werden konnten. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Schaffhausen (CH) ist in der DACH-Region mit Standorten in Garching bei München (D), Graz (A) und Neuhausen am Rheinfall (CH) vertreten. In Würzburg (D) wird außerdem ein eigener Forschungs- und Entwicklungsstandort unterhalten. Ein zentrales Erfolgsprinzip ist die vertikale Integration: Die Entwicklung vom Entwurf bis zum verkaufsfertigen Produkt sowie der Vertrieb verbleiben weitestgehend im Unternehmen. So kann Garmin höchste Qualitäts- und Designstandards garantieren und seine Kunden täglich aufs Neue motivieren.

Kontaktpersonen



Marc Kast

Pressekontakt

Head of Public Relations DACH

marc.kast@garmin.com

+49 (0)89 858 364 - 925



Kathrin Feigl

Pressekontakt

garmin@lhk.de

+49 (0)89 72 01 87-274