

Fallstudie Exklusiver Markenvertrieb

Rügenwalder Mühle

Die Aufgabe

Über 30 Jahre lang war Petri im nationalen Mehrmarkenvertrieb für die Rügenwalder Mühle aktiv, seit 2007 schrittweise in einzelnen Regionen exklusiv. 2015 wollte das Unternehmen, das zu der Zeit noch mit mehreren Dienstleistern gearbeitet hat, seine Prozesse optimieren und Synergieeffekte aus der bisherigen Zusammenarbeit mit Petri nutzen. Zudem stand die Einführung zahlreicher vegetarischer und Bio-Produkte an, die eine Fokussierung der PoS-Betreuung unumgänglich machten.

Die Umsetzung

- Integration bestehender Außendienstmitarbeiter des Kunden in den exklusiven Petri Markenvertrieb
- Recruiting neuer Gebiets- und Bezirksleiter für die Rügenwalder Mühle
- Durchführung von 56.000 Besuchen am PoS
- Umsetzung der intensiven Marketingstrategie
- Aufbau der kompletten Overhead-Struktur mit Vertriebsinnendienst sowie Personal und Fuhrparkdienst
- Einführung von tagesaktuuellem Online-Reporting auf Outlet-Ebene

Das Ergebnis

Aufbau eines exklusiven Markenvertriebs für die Rügenwalder Mühle mit 35 Außendienstmitarbeitern und 4 Gebietsverkaufsleitern. Neben der positiven Distributionsentwicklung der bestehenden Wurstartikel konnten national zahlreiche vegetarische und Bio-Produkte erfolgreich eingeführt werden.

Das komplette Vertriebscenter wurde erfolgreich vereinbarungsgemäß Anfang 2019 an die Rügenwalder Mühle übergeben.