

Fallstudie Mehrmarkenvertrieb

Emmi

Die Aufgabe

Bereits 2014 haben Emmi und Petri bei Durchgängen zusammengearbeitet und den Emmi eigenen Außendienst unterstützt. 2015 wurde der Emmi eigene Außendienst outgesourct und der nationale Vertrieb in die Hände von Petri gegeben. Der Petri Mehrmarkenvertrieb ist seitdem für den Schweizer Käse- und Frischwarenhersteller national in der Outletbetreuung aktiv. Ziele der Zusammenarbeit sind unter anderem mehr Durchsatz und der Ausbau der Marktpräsenz für die Marken Caffee Latte, Kaltbach und Scharfer Maxxx.

Die Umsetzung

- Einbindung des Kunden in unseren nationalen Mehrmarkenvertrieb
- Nationale Marktbearbeitung mit über 42 festangestellten Mitarbeitern
- Durchführung von 33.000 Besuchen und 800 Verkostungseinsätze bei ca. 7.000 Kunden
- Datenreporting auf Outletebene mit tagesaktuellen Ergebnissen
- Durchführung von gemeinschaftlichen Projekten wie z.B. Küstenoffensive (Sommerdistribution)

Das Ergebnis

Durch die Umstrukturierung des Außendienstes konnte Emmi eine sehr viel höhere Frequenz am PoS realisieren.

Genauer gesagt: Durch Regaloptimierungen, Zweitplatzierungen und Distributionserweiterungen sind die Produkte von Emmi in über 7.000 Märkten deutlich präsenter geworden. Händler haben feste Ansprechpartner, die sie jederzeit kontaktieren können und die die Emmi-DNA verinnerlicht haben.

Im Ergebnis ist eine Steigerung der Distribution und der Umsätze, vor allem bei Käse zu erkennen. Die Emmi Marke KALTBACH ist mittlerweile an der Käsetheke die Nummer acht unter den Top10-Marken.