

Fallstudie

Unterhaltungselektronik-Marke betritt den russischen Markt



Eine junge und dynamisch wachsende asiatische Consumer Electronics Marke der eroberte rasch neue Verkaufsregionen. Da die kulturellen Unterschiede und Sprachbarrieren in den GUS-Ländern beträchtlich sind, wandte sich das Unternehmen an Hellmann mit der Bitte um eine integrierte Lösung, die eine Handelsvertretung miteinschließen würde.

Ausgangssituation

Wir beschlossen, mit einem relativ begrenzten Produktsortiment zu beginnen, der den oberen Teil des mittleren Preissegments abdeckt. Mit sehr guter Qualität zu einem fairen Preis definierte unser Verkaufsteam die lokale Strategie für verschiedene Verkaufskanäle. Mit Russland als größtem Markt machte es Sinn, einen Lagerbestand in Moskau aufzubauen.

Lösung

Durch die Ernennung von Hellmann zum Importeur waren wir in der Lage, importverzollte Produkte in Rubel-Verträgen anzubieten, ohne dass dies größere Investitionen, Risiken oder Fixkosten seitens des Herstellers erforderte.

Da die Produkte aus einem lokalen Lager versandt wurden, fanden wir schnell eine Reihe potenzieller Kunden in verschiedenen Vertriebskanälen, mit denen wir Vertragsbedingungen vereinbarten, die der Vorgaben des Herstellers entsprachen.

Wir überwachen weiterhin die Einhaltung des empfohlenen Einzelhandelspreises, um eine angemessene Marktpositionierung zu gewährleisten. Nachdem sich der russische Markt als erfolgreich erwies, wurde in weiteren GUS-Ländern auf ähnliche Weise vorgegangen.

Schlussfolgerung

Dank Hellmann trat der Hersteller auf effiziente und nachhaltige Weise in den GUS-Markt ein, wobei er die kulturellen und sprachlichen Barrieren, die die Entwicklung zunächst blockierten, geschickt umging.

Kontaktperson

Wijnand Herinckx
 Direktor für Handelslösungen
 Telefon: +7 926 301 0502
 E-Mail: wijnand.herinckx@hellmann.com
www.hellmann-hts.com