

Gemeinsame Verkaufsförderungsaktivitäten mit Ihrem Opel-Partner

anlässlich der Jahreshauptversammlung haben wir mit dem Unternehmen Opel vereinbart, auf Handelsebene enger zusammenzuarbeiten. Wir sind der Überzeugung, dass beide Seiten davon profitieren.

Viele von Ihnen haben die Übergabe des Agila für eine Presseveröffentlichung genutzt. Es freut mich, dass so zahlreich in der Presse darüber berichtet wurde.

Sie sollten die Zusammenarbeit mit Ihrem lokalen Opel-Partner fortsetzen. Mit diesem Schreiben erhalten Sie eine kleine Broschüre mit Ideen, wie Sie erfolgreich mit Ihrem regionalen Opel-Händler kooperieren können. Ich bin sicher, dass Sie mit gemeinsamen Verkaufsförderungsaktionen die Kundenfrequenz und die Umsätze in Ihrem Geschäft erhöhen werden und freue mich, wenn Sie von diesen neuen Impulsen profitieren.

Zwei Partner auf dem Weg zu neuen Perspektiven

Sehr geehrte Opel Partner, liebe MHK Partner,

als Vorstandsvorsitzender der MHK Verbundgruppe AG freue ich mich auf die enge lokale Kooperation zwischen Opel Autohäusern und MHK Fachgeschäften.

Die schon Bereitschaft zeigen, Überkommenes in Frage stellen und konsequent neue Wege gehen; Nur so können wir die anspruchsvollen Zielgruppen von heute überzeugen und Opel Partner und MHK Partner sprechen ähnliche Zielgruppen an. Beide sind typische mittelständische Unternehmer und können sich gegenseitig sehr helfen, die Frequenz in den Betrieben deutlich zu steigern.

In dieser Broschüre, die sich bewusst an Sie beide - Opel Partner und MHK Partner - richtet, finden Sie eine ganze Reihe von Ideen für gemeinsame Aktionen. Es wäre sehr schön, wenn Sie diese Anregungen aufgreifen und gemeinsam diskutieren würden.

Sein Verbund mittelständisch geprägter Fachbetriebe ähnelt in vielen Bereichen unserem Opel Händlernetz. Umso mehr freuen wir uns, in Hans Strothoff und der MHK Gruppe einen Partner für gemeinsame Verkaufs- und Marketingaktivitäten gefunden zu haben. Opel Autohaus und MHK Fachgeschäft ergänzen sich in idealer Weise. Ich wünsche Ihnen, den Opel Partnern und MHK Fachhändlern, viel Erfolg bei den kommenden Koop-Aktionen. ... **es zahlt sich für Sie aus.**

Erschließen Sie gemeinsam neue Vermarktungspotenziale

Opel Autohäuser und MHK Fachgeschäfte sind im jeweiligen lokalen Umfeld verwurzelt. Wie im Automobilhandel ist das Geschäft in der Möbelbranche beratungsspruchsvoller, was das Käuferlebnis betrifft. In beiden Bereichen kommt es deshalb zunehmend und ganz entscheidend auf Kundennähe und Serviceorientierung an. Und in beiden Branchen macht man durch ungewöhnliche und originelle Aktionen verstärkt neue Interessenten auf sich aufmerksam, Was liegt also näher, als gemeinsam Opel Autohaus und MHK Fachgeschäft - neue Potenziale zu erschließen? Die Chancen dafür sind ausgezeichnet:

- Vergrößertes Adresspotenzial durch gemeinsame Mailings
- Gegenseitige Nutzung der Frequenz, zum Beispiel bei Veranstaltungen
- Verstärkung der Werbewirkung und effizienter Mitteleinsatz durch gemeinsame Aktionen
- Zusätzliche Abverkaufschancen In der Zielgruppe des jeweiligen Partners

Sie sehen: Die Kooperation bringt Ihnen zahlreiche Vorteile!

Starke Ideen für gemeinsame Aktionen

Interessant werden Koop-Aktionen dann, wenn es zu einer Win-win-Situation kommt, wenn also beide Partner gleichermaßen profitieren. Im Folgenden stellen wir Ihnen eine Reihe möglicher Koop-Themen und -Ideen vor, die diese Bedingung optimal erfüllen. Zu jeder Aktion finden Sie konkrete Informationen zu Ablauf und Organisation

1. Idee: Unternehmenspräsentation beim jeweiligen Partner

Mit der Absprache einer Kooperation steht beiden Partnern ein zusätzlicher „Showroom“ zur Verfügung. Hier gibt es eine Reihe von Möglichkeiten, sein Geschäft und seine Produkt- und Leistungspalette zu präsentieren. Partner gleich loslegen. Dabei sind Ihrem eigenen Ideenreichtum natürlich keine Grenzen gesetzt. Wenn Sie unsere Vorschläge als Steilvorlage für eigene Aktionen nehmen - nur zu! Die besten Ideen und Veranstaltungen werden als „Best Practice“ und Anregung von MHK und Opel veröffentlicht.

- Thekenaufsteller mit Broschüren und Visitenkarten der jeweiligen Partner
- Aufstellung von Displays
- Für größere Dauerausstellungen: zum Beispiel Opel Fahrzeuge im MHK Geschäft und Aufstellung einer Funktionsküche Im Autohaus

Die Chancen lokaler Koop-Mailings liegen in der deutlichen Vergrößerung Ihrer Adressenbasis.

2. Idee: Lokale Mailings

Suchen Sie zusammen mit Ihrem jeweiligen Partner einen gemeinsamen Aufhänger und formulieren Sie ein attraktives Angebot. Einen Austausch von Adressen sollten Sie im Einzelfall rechtlich prüfen lassen.

- Nutzung der Adressdateien ähnlicher Zielgruppen mit Kaufkraft
- Austausch von Adressen
- Erstellung von Angebotsmailings
- Musterbrief, DIN-lang-Produktfolder

3. Idee: Kochen im Autohaus

Kochen vor Publikum hat sich zu einem echten Megatrend entwickelt. Spitzenköche bekommen im Fernsehen eigene Shows und erzielen hohe Einschaltquoten. Auch das Autohaus bietet einen attraktiven Rahmen für eine solche Veranstaltung und das MHK Fachgeschäft ist ein glaubwürdiger und kompetenter Partner, Nutzen Sie Ihre Geschäftskontakte, um ein bekanntes Restaurant/einen bekannten Koch Ihrer Region mit ins Boot zu holen. Stellen Sie die Veranstaltung unter ein saisonales oder geografisches Motto. Und überlegen Sie, ob eine Weinverkostung nicht zusätzliche Attraktivität schafft (Opel Shuttle-Service!).

- Erhöhung des Publikumsverkehrs
- Verstärkung der Werbewirkung durch gemeinsame Bewerbung der Aktion/Veranstaltung
- Schulterchluss mit starkem Kooperationspartner

- Benennung eines Aktionsmanagers
- Planung der Fahrzeugpräsentation, Auswahl von Produktschwerpunkten
- Gemeinsame Ausarbeitung des Programmablaufs
- Einladung der Opel Kunden
- Kochschürzen als Give-aways.

4. Idee: Die Opel-MHK-Gourmet-Tour

Unterwegs zu kleinen Köstlichkeiten und faszinierenden Automobilen! Unter diesem Motto organisieren Sie für die Teilnehmer ein mehrgängiges Menü an zwei Stationen - im Autohaus und Im Geschäft des MHK Partners. Mit einer Probefahrt bzw. einem Shuttle-Service gelangen Ihre Gäste zur nächsten Station. Diese Tour will geplant sein. Arbeiten Sie gemeinsam mit Ihrem Programm aus. Auch hier gilt wieder: Die Veranstaltung soll beiden Partnern Nutzen bringen!

- Adressen neuer Interessenten für beide Partner
- Publikumsverkehr durch Bestandskunden
- Benennung eines Aktionsmanagers
- Planung der Fahrzeug Präsentation, Auswahl von Produktschwerpunkten
- Organisation von Vorführwagen
- ggf. zusätzliche Fahrzeuge als Shuttle-Bus (z.B. Opel Vivaro)
- gemeinsame Ausarbeitung des Programmablaufs
- Ausarbeitung einer Route zwischen Opel Partner und MHK Geschäft
- Organisation des Caterings (zusätzlich zum „Bekochen“)
- Dekoration AH, Vorbereitung
- Einladung der Opel Kunden
- gemeinsame Veranstaltung
- Musterbrief Einladung
- Kochschürzen als Give-aways
- ggf. Preise für Gewinnspiele
- Dekoration MHK Geschäft, Vorbereitung Einladung der MHK Kunden

Planen Sie gleich Ihre erste Aktion!

Wir wünschen Ihnen dafür viel Erfolg.