



Neudorf aus betreut man auch beispielsweise Pedigree und kümmert sich um die Logistik: „Wir machen die gesamte Konfektionierung, das heißt Waren kommen zu uns ins Lager und wir schicken diese Pakete an alle Tierärzte in Österreich. Bei diesem Projekt wurden bis zu 60.000 Stück von uns konfektioniert.“

Große Marken im Portfolio

prosam betreut auch noch weitere große Marken, wie Unilever, welcher „seit 30 Jahren ein treuer Kunde ist; OMV, Kotanyi, Manner oder die Brau Union zählen ebenfalls zu unseren Kunden.“ Daran arbeiten in Österreich 24 fest Angestellte und viele weitere Kollegen im Feld. Die internationale Gruppe ist in über 70 Ländern präsent und arbeitet mit lokalen Tochtergesellschaften. „Im D-A-CH-Raum (Deutschland,

Österreich, Schweiz) können wir unseren Kunden ebenso unsere Services anbieten. Dies setzen wir schnell, effizient und durch das umfangreiche Marktwissen in allen Ländern mit sehr hoher Qualität um“, so Bohonnek.

Aber auch in Osteuropa entwickelt sich der POS-Markt rasant und wird durch die internationale Ausrichtung der Gruppe unterstützt. „Letztes Jahr haben wir mit einigen internationalen Kunden zusammengearbeitet und Audits durchgeführt – von Osteuropa aus bis nach Österreich. Kunden haben uns auch beauftragt, Sportgeschäfte zu besuchen, und anhand eines vorgefertigten Audit-Papers und einer umfangreichen Checkliste wurden komplette Sortimentsplatzierungen erhoben.“

Positionierung zählt

„Der Kunde möchte, dass die Ware, die er verkauft, nicht nur gut sichtbar, sondern auch bei Impulskäufen gut positioniert ist. Wir machen nicht nur das Regalservice, sondern kümmern uns auch um Aktionen und Zweitplatzierungen. Wir unterstützen die kompletten Marketing- und Sales-Aktivitäten unserer Kunden; POS-Logistik, Shopper Activation und Verkostungen gehören ebenfalls dazu.“ Um das zu ermöglichen, gibt es Niederlassungen in allen wichtigen Landeshauptstädten, inklusive Lager: „Von dort werden die Displays in die Märkte gebracht, aufgebaut und bestückt; wir sind flächendeckend aufgestellt, und die Regionalmanager betreuen ihre Merchandiser-Teams vor Ort. Das hat den Vorteil, dass dort schon persönliche Beziehungen entstanden sind. Man kennt sich, ist per Du, gerade bei Peaks wie Ostern ist das

”

Wir sind flächendeckend aufgestellt, und die Regionalmanager betreuen ihre Merchandiser-teams vor Ort. Man kennt sich, ist per Du.

“

wichtig. Diese Beziehung schafft Vertrauen für unsere Kunden.“ Durch diese enge Partnerschaft werden Barrieren zwischen allen Beteiligten abgebaut. Die flächendeckende Aufstellung ermöglicht es, hohe Qualität anzubieten, da die prosam Regionalmanager in den Bundesländern vor Ort sind.

Datenverarbeitung

Wer ständig vor Ort ist, hat natürlich eine Ahnung vom (Lebensmitteleinzel)Handel. „Wie sieht die Warenverfügbarkeit aus? Sind alle Preise gesteckt? Passen die Zweitplatzierungen? Wurden die Gondelplätze oder der Kassabereich serviert? Passen die Aufbauten genauso, wie es unser Kunde vorgibt?“, formuliert Bohonnek.

„Genau diese benötigten Informationen stellen wir unseren Kunden mittels unseres modernen Reporting-Tools zur Verfügung. Der Kunde hat die Möglichkeit, in Echtzeit unsere Aktivitäten zu verfolgen und kann dadurch schnell und effizient reagieren. Dadurch schaffen wir einen Mehrwert in der Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel.“

Arbeitskräfteüberlassung

Doch damit endet das Service der prosam nicht. Die Kunden kennen den Grundsatz der Firma: „Wir legen viel Wert auf den menschlichen Aspekt. Unsere Merchandiser am POS sind über zehn bis fünfzehn Jahre bei uns. Diese Werte zählen, und

unsere Kunden vertrauen darauf. prosam unterstützt seine Kunden auch in Personalfragen. Wir gestalten die Inserate und Ausschreibungen, führen das Auswahlverfahren durch, rekrutieren die möglichen neuen Mitarbeiter und geben dem Kunden eine Vorauswahl. Dann kümmern wir uns um den Anmeldeprozess, das Auto, das Handy, den Laptop und das Reporting. Der Kunde muss sich um nichts Organisatorisches mehr kümmern.“

”

Wir geben unser Bestes am POS. Gute Leute kosten aber Geld, wir dumpen den Preis nicht, unser Motto ist, Gute Arbeit, gutes Geld‘.

“

Auch für eigene Merchandiser wird es in Zukunft eine kleine „Karriereleiter“ vom Merchandiser zum Teamleiter bis zur Gebietsbetreuung geben. Abschließend hält Martin Bohonnek fest: „Wir geben unser Bestes am POS. Gute Leute kosten aber Geld, wir dumpen den Preis nicht, unser Motto ist, Gute Arbeit, gutes Geld“ – wir haben die Erfahrung und wollen mit unseren Kunden mitwachsen und das für die nächsten 40 Jahre.“