

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: ExpertPartnership

Genussvolle Speisen
im Handumdrehen kreiert

Referenten: Ralph Marko & Kirsten Machedanz

Keyfacts:

- Hauptkatalog: immer NEU zur Internorga
- Die aktuellen Angebote sind immer auf der Website im Downloadbereich zu finden (Service-Bund und auf der Website der ExpertPartnership: www.expert-partnership.de)
- Alle Folder sind als Blätterkatalog hinterlegt
- Die Timings der Angebote werden Ihnen immer rechtzeitig mitgeteilt
- Aktuell: Konzeptbroschüre „Perfekt vorbereitet“ inklusive Anrichtevideos (www.expert-partnership.de/videos)
- Weitere reguläre Kommunikation
 - Angebot im Servisa Magazin (regelmäßig)
 - Schwerpunktthema im Servisa Magazin (unregelmäßig)
 - Kommunikation über PR und Social Media

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Digitalisierung unserer Kunden
Erwartungen & Lösungen

Referenten: Florian Langenstraß

Keyfacts:

- Unsere Kunden kennen uns als zuverlässigen und leistungsfähigen Partner für die Belieferung und Beratung zu einer Vielzahl an Produkten für Küche, Service u.v.m.

Mit den steigenden Erwartungen von Mitarbeitern und Gästen bedarf es aber auch zunehmend der Beantwortung von Fragen zur Digitalisierung und alternativen Ansätzen im Backoffice.

Unsere Partner dabei:

- Delicious Data – Dank künstlicher Intelligenz zu weniger Abfall und präzisen Verbrauchsprognosen.
- E2N – Die smarte Software für das Mitarbeitermanagement in Hotellerie & Gastronomie.
- hotelkit – Die digitale Plattform für die Zusammenarbeit von Hotel- Teams.
- ServisaPOS – Von der Kasse bis zum digitalen Touchpoint mit den Gästen.

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Excellence mit allen Sinnen – der Türöffner des Service-Bund

Referenten: Dieudonné Mbodjé & Kirsten Machedanz

Keyfacts:

- DAS Medium zur **Neukundenaquise**
- **Ausbau des Sortiments** bei Bestandskunden
- Zeigen von **Fokusartikeln**
- **Imagebildung**
- **Übersicht** über Warengruppen
- **Querformat**
- **Darstellung des Service-Bund** auf Marken- und Produktebene
- Aktivitäten / Menschen / Besonderheiten / Storytelling auf **ausgewählten Bildern** dargestellt
- **Nicht textlastig**
- Alle Artikel sind bebildert
- **Konzentration auf das Wesentliche:** großflächige Fotos / Gerichte zeigen, Exellisten für die Artikel

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Trends & Konzepte in der Gastro-Welt

Referenten: Torsten Olderog

Keyfacts:

- Pandemie und Krise verändern die Gastronomie gerade grundlegend
- Es gilt, in Verzehranlässen zu denken und individuelle Lösungen zu finden. „Ich bin doch nicht blöd“ ist das Gebot der Stunde.
- Roboter kommen und treiben die Digitalisierung weiter an
- Fleisch wird zunehmend problematisch und braucht eine sehr wertige Positionierung
- Konzepte haben zunehmend klare Mehrwerte – die Mitte wird zunehmend links liegen gelassen
- Konzepte erhöhen zunehmend ihre Reichweite und bieten Ihren Gästen immer mehr Touchpoints
- Mit den Einkaufsstätten/Einkaufszentren verändert sich auch die Gastronomie, die in diesen Einheiten angeboten wird
- Gesundheit wird zum Markenversprechen und wird für den Konsumenten zunehmend relevant

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Das Geschäftsmodell Gastronomie besser verstehen können

Referenten: Björn Grimm; Grimm Consulting;
www.gastronomieberatung.de

Autor von „Der Küchencoach“

Keyfacts:

- **Nicht billiger, sondern besser werden!**
Der Preiskampf und die Strategie, immer billiger werden zu wollen, ist Teil der heutigen Herausforderungen.
- **Alles mal drei – ist vorbei!**
Deckungsbeitragsrechnung ist immens wichtig, um die Erträge nachhaltig zu steigern!
- **Gewinn- und Kostendruck impliziert Umsatzdruck**
Wer das Ziel nicht kennt, wird den Weg nicht finden – von daher sind die heutigen Gewinnerwartungen zu ermitteln und die daraus resultierenden Umsatzerwartungen zu rechnen!
- **Gäste ausakquirieren!**
Wenn drei Männer drei Hauptgerichte bestellen, hat das wenig mit aktivem Verkauf zu tun. Durchschnittlich gibt es mehr als 20 Kontaktmomente, die man effektiv nutzen könnte. Mitarbeiter sind hier zu sensibilisieren.
- **10% Umsatzsteigerung durch Preiserhöhung...**
...kann den Gewinn um ein Vielfaches erhöhen. Nutzen hierfür meine ausgelegte Übung zu Veranschaulichung der Effekte!

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: GV Markt – Chancen, Trends, Anforderungen

Referenten: Stephan Rosengart

Keyfacts:

Bestandsanalyse Servicebund

Bedeutung für alle Bereiche

Regional mit National

Zahlen, Daten, Fakten

Werkzeugkasten

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Herausforderungen im Vertrieb als Chancen

Referenten: André Schell

Keyfacts:

- Der Unterschied zwischen dem, was ist und unserer Bewertung darüber
Krise ist eine Interpretation der aktuellen Situation.
- Die Entstehung von Gefühlen
Gefühle als Folge von Bewertungen
Angst - ein starkes Gefühl
Sorgen sind angstvolle Gedanken.
- Der Einfluss unserer innersten Überzeugungen auf unsere Bewertungen über Ereignisse und Ergebnisse
Unsere Wirklichkeit ist ein Konstrukt unseres Verstandes.
- Leben ist Weiterentwicklung
Herausforderungen dienen unserer Weiterentwicklung und zwingen uns zum Verlassen unserer Komfort-(Sicherheits-)Zone.
- Krise oder Chance
Wir haben immer die Wahl, wie wir eine Situation bewerten.

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Mermaid Seafood

Referenten: Sven-Uwe Kempe

Keyfacts:

- Mit Sicherheit erfolgreich sein „Mermaid“ unsere Marke für Fisch und Seafood
- Neuigkeiten aus der Mermaid-Welt
- Extensive Aquakultur als naturnahe und nachhaltige Zuchtmethode
- Die Nummer gegen Seafood-Kummer: 0151-120 535 99 (bei Fragen rund um das Thema Fisch und Seafood stehe ich gerne zur Verfügung)
- Save the date: Mermaid Webinar am 27.10.2022 (Uhrzeit folgt)

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Mitarbeitermangel in der Gastronomie und unsere Lösungen mit Sander

Referenten: Björn Grimm; Grimm Consulting;
www.gastronomieberatung.de

Autor von „Der Küchencoach“

Marcoa Flick, Sander Gourmet

Keyfacts:

- **Es wird zeitnah nicht besser!**
Aktuell sind zig Tausen Ausbildungsplätze in der Hospitality-Industrie nicht besetzt. Das bedeutet, dass zeitnah keine fachlich begründete Entspannung auf dem Arbeitsmarkt zu erwarten ist.
- **Wirtschaftlicher Druck wächst**
Die vergangenen 3 Jahre haben zu einem Verzehr des Eigenkapitals geführt – der Gewinndruck steigt, demnach die Effizienz in den Küchen/ Betrieben gesteigert werden muss.
- **Prime Cost bei max. 60 %**
Wareneinsatz war gestern. Kumuliert sind die Personal- und Wareneinsatzkosten in der Gesamtheit zu betrachten. Auch wenn Convenience-Artikel den Wareneinsatz steigen, können sie helfen, die Personalkosten zu senken.
- **Ausgabesicherheit forcieren!**
Ausfälle in der Küche können durch die Verlagerung von Produktionszeiten an Partner (Sander) oder in schwache Geschäftszeiten besser kompensiert werden, demnach das Geschäft sich gestellt werden kann!
- **Don't touch the Signature Dish**
Individualität des Gastronomen muss erhalten bleiben – aber was ist mit einem austauschbaren Tagungsessen? Oder dem Dessert als Einstieg in die High-Convenience-Welt?

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Das RECUP/REBOWL-Mehrwegsystem: Bereit für die Mehrwegpflicht? Wir haben die Lösung!

Referenten: Franziska Maier-Ring

Keyfacts:

- Am 01.01.23 tritt die **Mehrwegpflicht** in Kraft. Ab dann müssen alle gastronomischen Betriebe, die Getränke oder Gerichte für unterwegs anbieten, zusätzlich zur Einwegverpackung auch eine Mehrwegalternative mitanbieten. Diese darf nicht mehr Kosten als Einweg und muss gut sichtbar beworben werden. Es gibt eine **Ausnahmeregelung** für sehr kleine Betriebe: Betriebe mit max. 80 qm und 5 Mitarbeitenden sind von der Pflicht ausgenommen, müssen es allerdings ermöglichen, in selbst mitgebrachte Behältnisse abzufüllen.
- Mit über **13.000 Aus- und Rücknahmestellen** ist RECUP Deutschlands größtes Mehrwegsystem im Außerhausmarkt. Der Mehrweganbieter bietet Gastronom:innen als **deutschlandweites Poolsystem** eine Lösung für die Mehrwegpflicht mit echtem **Kosteneinsparungspotential**.
- Das RECUP/REBOWL Mehrwegsystem funktioniert denkbar einfach: Partnerbetriebe leihen sich Mehrwegbehälter gegen Pfand bei RECUP und geben diese gegen denselben Pfandbetrag an ihre Kundschaft aus. Leere RECUPs und REBOWLS werden dann wieder von den Partnerbetrieben zurückgenommen und das Pfand den Kund:innen ausbezahlt. Die Behälter werden im Anschluss bei den Gastronomiebetrieben gespült und sind wieder für die nächsten Kund:innen einsatzbereit.
- Durch einen **Nutzungsbeitrag von 25-45 Euro** im Monat sind die Kosten des Systems für Gastronomiebetreiber überschau- und kalkulierbar. Da die Mehrwegbehälter geliehen werden, entstehen, anders als bei Einwegverpackungen, für den Gastronomiebetrieb keine Kosten. Partner:innen können entscheiden, ob sie RECUPs und REBOWLS anbieten oder sich für eines der beiden Produkte entscheiden. Der Nutzungsbeitrag bleibt gleich.
- Gemeinsam mit dem Service-Bund möchte RECUP das Mehrwegnetz ausweiten und noch weitere Gastronom:innen für den Mehrweg gewinnen. Mit dem **Rabattcode „SERVICEBUND“** sparen sich Gastronom:innen die ersten **drei Monate Nutzungsbeitrag** bei Abschluss einer RECUP/REBOWL-Partnerschaft.

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Köstlicher Bootstrip nach mediterranen

Referenten: Lena Jost, Michael Schulze

Keyfacts:

- Mit Salva D'Or soll der Gast gedanklich in den Urlaub nach mediterranen geschickt werden
- Salva D'Or steht für hohe Qualität, Authentizität sowohl bei Produkten als auch Produzenten und besondere Herstellungsweisen, Geschichten oder Traditionen
- Salva D'Or Produkte bieten breite Einsatzmöglichkeiten: als Gruß aus der Küche, vielseitige Vorspeisevariationen und hochwertige Pastagerichte → Salva D'Or liefert regelmäßig passende Rezepte
- Salva D'Or Produkte sind einfach im Handling → fördert schlanke Küchenprozesse
- Unter Salva D'Or bieten wir nun auch typisch spanische Fisch-Spezialitäten, wie Rabas, mehlierte Tintenfischringe und mehlierte Sardellen → die Produkte tiefgefroren und größtenteils vorfrittiert /vorgekocht

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel:

Überblick zu den Einkaufsdienstleistern bei Service-Bund National

Referenten: Carsten König / Michael Wilczynski

Keyfacts:

- Das größte Wachstumspotential befindet sich aus unserer Sicht bei SBN im GV-Bereich.
- Da die Dienstleister durch ihren aggressiven Vertrieb immer mehr an Bedeutung gewinnen, empfehlen wir Ihnen sich einer Zusammenarbeit mittelfristig nicht zu verweigern.
- Auch wenn das Kernsortiment bei SBN knapp verhandelt ist, besteht bei den meisten Dienstleistern die Möglichkeit Spannenverbesserungen über das Restsortiment zu generieren.
- Durch Ihre starke regionale Betreuung verzeichnen wir aktuell einen großen Kundenzuwachs. Hier sehen wir das größte Differenzierungspotential zum Wettbewerb.

Ansprechpartner:

Michael Wilczynski:

-> S&F Consulting

-> P.E.G

Stephan Rosengart:

-> Hogast Bayern

-> Prosum

-> PCM

-> ProSpitalia

-> Gemeinsam Besser

-> EK Group

-> FCC

-> Primus

Carsten König:

-> ABG

Jessica Trostmann:

-> TPA

-> Prognos

-> HGK

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel:

Mehr Kundenbindung mit ServisaPOS

Referenten: Paulina Jänichen

Keyfacts:

- ServisaPOS bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten wie der Gastronom eine bessere Kundenbindung zu seinen Kunden aufbauen kann.
- Nennenswert sind dabei die Bereiche Verkauf, Tischreservierung, Werbemöglichkeiten, Kundenverwaltung und Außer-Haus Verkauf.
- Jeder dieser Bereiche beinhaltet Potential wie der Gastronom seinen Kunden an sich binden kann. Z.B. durch die Kundenkarte, das Hinterlegen von zu empfehlenden Weinen oder aber auch auf den Kunden zugeschnittene Coupons.
- Auch für uns als Service-Bund ist die Marke ein starkes Mittel zur Kundenbindung. Mit den vielen Funktionen unterstützen wir den Kunden in vielen Bereichen und positionieren uns als guter Partner.

Ansprechpartner:

Marc Imbeck (Vertrieb)

Konstantin Köhler-Freese (Vertrieb)

Florian Langenstraß (Gastro-Coach)

Thomas Schön (Gastro-Coach)

Paulina Jänichen (Marketing)

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Smarte Vertriebsarbeit mit der SalesApp

Referenten: Peters, Stefanie: stefanie.peters@ccn-hl.de
Soravia, Marco: marco.soravia@flach-rheinmain.de

Keyfacts:

- Gesprächsaufbau mit der App für Bestandskunden
 - Die Kunden fordern immer detaillierte Informationen und eine bessere Vorbereitung/Beratung vom Außendienst. Über die Statistiken in der Sales App erhält man einen guten Überblick über den Kunden und kann mithilfe der Zahlen besser auf die Kundenanforderungen reagieren und oft Zusatzverkäufe erreichen. Dabei helfen insbesondere die Absatz-/und Umsatzzahlen, die Monatsentwicklung insgesamt und der TOP 100 Artikel und die Kundenpotenzialanalyse.
- Neukundenaquise
 - Neukunden, die bereits in der Sales App angelegt wurden und können ab dem ersten Angebot / Auftrag sofort vom Außendienst weiter eingerichtet werden, damit die zukünftige Bearbeitung vereinfacht wird. Z.B. kann ein Angebot in einen Auftrag umgewandelt werden, Artikel können sofort vom Außendienst dem Ordersatz hinzugefügt werden oder in einem neuen Kontrakt angelegt werden.
- Auftragserfassung (Tipps)
 - In der Auftragserfassung befinden sich Informationen und Funktionen, die nicht auf den ersten Blick zu erkennen sind. Z.B. die Verkaufshistorie (2 Wochen/ 8 Wochen / 1 Jahr), die Preisherkunft, die WELK-Ampel und der letzte Preis und wie man diesen über einen einfachen Tastendruck übernehmen kann. Über eine versteckte Funktion kann man sich außerdem die Spanne gesamt und auf Artekelebene anzeigen lassen. Möchte man bei der Artekeleingabe möglichst ohne Maus arbeiten, können Short-Cuts wie z.B. für das vollständige Einblenden von Artikelbezeichnungen („A“) oder das zurückwechseln in die Artikelsuche („#“) hilfreich sein. Gut zu wissen ist außerdem, worin sich die normale Suche von der einfachen Suche unterscheidet.
- Präsentationen
 - Als sehr hilfreich hat sich die Anzeige der Angebote/Flyer innerhalb der Sales App gezeigt. Völlig Papierlos können die Dokumente per einfachen Mausklick an den Kunden versendet werden.

Das Schulungsmaterial / Handbuch finden Sie im EagleNet unter:
<https://eaglenet.servicebund.de/pages/viewpage.action?pagelid=88514427>
<https://eaglenet.servicebund.de/display/CCNSAL/Schulungsvideos>
Die ChangeLogs zu den SalesApp Versionen finden Sie unter:
<https://eaglenet.servicebund.de/display/CCNSAL/ChangeLogs>

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Redefine Teatime: Klassisch als Cocktail oder Kaltgetränk

Referenten: Lena Jost, Lutz Werner Alexander Siegle

Keyfacts:

- Tee wird zunehmend beliebter → Trend aufgreifen & Kunden gezielt beraten
- Tee bietet nicht nur Gastronomen, sondern auch dem Vertrieb die Möglichkeit sehr hohe Margen zu erzielen → lassen Sie sich diese Chance nicht entgehen
- Bündelung ist immer relevanter für Kunden → mit Heißgetränken können Sie ein weiteres Sortiment beim Kunden ausbauen
- Gleichzeitig ist Tee vielfältig und auch als Cocktail z. B. in Kombination mit Gin oder als alkoholfreies Kaltgetränk einsetzbar (**Rezepte**) → Sourcer liefert die passenden Rezeptinspirationen
- Tee eignet sich super als Einstieg zum gesamten Sourcer Sortiment → Tee kann mit wenig Aufwand verkosten und die Qualität (im Vgl. zu Tee in Doppelkammerbeuteln) gezeigt werden

Vertriebstagung Frankfurt 2022



Neue Zeitrechnung
im Vertrieb

Präsentationstitel: Rodeo – Wie das Lamm das Laufen lernt(e)

Referenten: Sebastian Dietz; Miles Schmidt

Keyfacts:

- Vorteile des Rodeo Lammfleischs
Dadurch, dass Rodeo Fleisch frisch vakuumiert und auf den Seeweg gebracht wird, reift die Ware zw. 4-6 Wochen und wird dadurch besonders zart und aromatisch. Rodeo verwendet außerdem Fleisch von Lämmern im Schlachtalter von 6-12 Monaten. Das Fleisch hat so, anders als bei älteren Tieren, keine strenge oder herbe Geschmacksnote. Durch den exzellenten Zuschnitt kann der Gastronom einen deutlich geringeren Arbeitsaufwand erwarten, als bei herkömmlicher Ware.
- Einstellung des Gastronomen zu Lamm ändern
Sampling – Vorteile Rodeo Lammfleisch als unterstützende Argumente nutzen – Gastronom aufzeigen wie durch gesteigerte Qualität und gezielte Verkaufsförderung mehr Gewinn erwirtschaftet werden kann
- Mehr Gewinn mit Rodeo Ranch Quality
Qualitätsbewusstsein für vom Gastronomen verwendete Produkte schaffen durch Kommunikation zum Gast (Rodeo Storytelling, Aktive Verkaufsförderung über Service/Werbemittel)
- Mehrwert für Gastronomen durch Berechnungsbeispiel greifbar machen (siehe Berechnungsbeispiel nächste Seite)

Mit besserer Qualität und aktiver Verkaufsförderung zu mehr Gewinn!

Sie bieten Ihrem Kunden Rodeo Artikel für seine Karte an. Nachdem Sie ihn überzeugt haben, Ihr Sampling auszuprobieren ändert er seine Meinung über das Produkt. Er wendet jedoch ein, er bekomme seine Ware zu 10% geringeren Kosten.

Entkräften Sie sein Argument, indem Sie ihm aufzeigen, welchen monetären Mehrwert er durch den Einsatz qualitativ hochwertiger Rodeo Produkte und den gezielten Einsatz verkaufsfördernder Maßnahmen in seinem Restaurant erreichen kann.

Aufgabendetails

- Durch den Einsatz der neuen Artikel erhöht sich der Wareneinsatz um +10%
- Durch Schulungsmaßnahmen für den Service erhöhen sich die variablen Personalkosten um +15%
- Durch den erfolgreichen Einsatz verkaufsfördernder Maßnahmen kann der Umsatz/Gast um +10% erhöht werden

Alte Gewinnrechnung

Kategorie	Kennzahlen	Zahlen	Information
Umsatz	Anzahl der Gäste/Jahr	30.527	
	Umsatz pro Gast	19,00 €	+10%
	Gesamtumsatz	580.013,00 €	
Kosten	Wareneinsatz	180.000,00 €	+10%
	Personalkosten (Fix)	220.000,00 €	
	Personalkosten (Variabel)	60.000,00 €	+15%
	Übriger Betriebsaufwand	80.000,00 €	
Gewinn		<u>40.013,00 €</u>	

Neue Gewinnrechnung

Kategorie	Kennzahlen	Zahlen	Information
Umsatz	Anzahl der Gäste/Jahr	30.527	
	Umsatz pro Gast	20,90 €	Bitte berechnen +10%
	<u>Gesamtumsatz</u>	<u>638.014,30 €</u>	
Kosten	Wareneinsatz	198.000,00 €	Bitte berechnen +10%
	Personalkosten (Fix)	220.000,00 €	
	Personalkosten (Variabel)	69.000,00 €	Bitte berechnen +15%
	Übriger Betriebsaufwand	80.000,00 €	
Neuer Gewinn		71.014,30 €	Bitte berechnen (Umsatz – Kosten)

