

Mercateo baut Zusammenarbeit mit Markenherstellern aus

Mercateo, mit mehr als 2,7 Millionen Produkten online der größte deutsche B-to-B-Händler im Internet, verstärkt seine Kooperationen mit Markenherstellern. Ziel ist es, den Mercateo-Kunden den Zugriff auf das jeweilige Vollsortiment der Markenhersteller zu ermöglichen.

„Im herkömmlichen Handel erhalten Kunden immer nur eine Auswahl von Produkten, die sie nicht beeinflussen können“, sagt Peter Ledermann, Vorstand von Mercateo. „Mit dem neuen Service können unsere Kunden erstmals auf alle Markenprodukte der jeweiligen Mercateo-Kooperationspartner über www.mercateo.com zugreifen.“ Für die Markenhersteller bietet sich so zudem die Möglichkeit, ihre Produkt- und Lieferinformationen für Kunden bereitzustellen. „Diese direkte Kommunikation zwischen Herstellern und Kunden fehlte bisher – eine Lücke, die wir jetzt schließen.“

Zusätzlich zum Ausbau der Sortimente von bereits eingebundenen Herstellern ist der Online-Händler auch an neuen Partnern interessiert. Diese sollen Mercateo einen Mehrwert zu dem vorhandenen Angebot bringen. „Wir wollen besondere Sortimente, neue Konditionen, Preise, kurzum einen Service bieten, der sich von den bestehenden Angeboten bisheriger Partner unterscheidet.“

Mercateo bietet ein Sortiment, das vom IT- über Elektronik-, Labor- und Bürobedarf bis hin zur Betriebs- und Lagerausstattung reicht. „Unsere Kunden benötigen eine breit und tief gefächerte Auswahl von Spezialartikeln, die in vielen Fällen nur die Produzenten direkt anbieten können“, sagt Ledermann. Und für die Hersteller bietet die Zusammenarbeit den Vorteil, dass Mercateo „die Sortimente komplett präsentiert, Bestellungen im Auftrag der Kunden abwickelt und bei Reklamationen bereit steht.“

Kundenansprache ohne Streuverluste

Mit seinen 300.000 Kunden bietet Mercateo zudem für die Hersteller eine hervorragende Plattform zur Kundenakquisition. Denn bei Mercateo bestellen viele kleine und mittlere Unternehmen, aber auch Konzerne und öffentliche Einrichtungen. „Ein wichtiger Vorteil für die Hersteller ist auch, dass sie bei der Präsentation ihrer Vollsortimente auf unserer Plattform keine Zielkonflikte mit anderen Handelspartnern austragen müssen und bei der Online-Ansprache von Zielgruppen über Mercateo nur geringe Streuverluste haben.“

Heiße Sommerwochen bei Mercateo

Wie erfolgreich Mercateo bereits jetzt mit großen Markenherstellern zusammenarbeitet, zeigt die Sommerwochenaktion, die ab sofort bis Mitte August

bei dem Online-Händler läuft. In Kooperation mit namhaften Herstellern wie Sony, Brother, Philips, Jabra oder Hewlett Packard weist Mercateo auf das besondere Preis-Leistungsverhältnis bei Hardware-, Software-, Telekommunikations- oder Bürobedarfs-Produkten hin. Ein weiteres Plus für die Kunden: Für viele der bei Mercateo angebotenen hochwertigen Produkte garantieren die Hersteller Garantien, die deutlich über der gesetzlichen Gewährleistungspflicht von zwei Jahren liegen.

Mit starken Herstellern an seiner Seite ist Peter Ledermann überzeugt, „den Umsatz von Mercateo, der sich in den letzten Jahren jährlich fast verdoppelt hat, weiter vorantreiben zu können.“

Weitere Infos unter: www.mercateo.com