

Consulting News

Issue 50
Februar 2025

- 01 Editorial
- 02 Pitti Imagine: Gut besucht und inspirierend
- 03 Internationale Expansion: Ist Ihre Markteintrittsstrategie gut durchdacht?
- 04 Was ist die Basis guter Führung?
- 05 Der «Hidden»-Masterplan des Ruins: Wer braucht schon treue (und teure!) Stammkundschaft?



«Erfolg ist kein Zufall, Erfolg ist eine Wahl.»

Stephen Curry

01 Editorial

Die Handelslandschaft wandelt sich rasant, und Collaborative Commerce wird zunehmend zum Schlüssel für Erfolg. Strategische Partnerschaften sind heute unverzichtbar, um wettbewerbsfähig zu bleiben, Wachstum zu fördern und Resilienz zu stärken. Sie schaffen Synergien, die weit über Ressourcenteilung und Ideenaustausch hinausgehen. Ob bei gemeinsamen Produktentwicklungen, innovativen Verkaufsmodellen oder neuen Vertriebskanälen – das Ziel ist ein Angebot, das präzise auf die Bedürfnisse der Kund:innen zugeschnitten ist. Ebenso hat sich die Rolle der Konsument:innen verändert: Sie sind längst aktive Mitgestalter:innen des Markenerlebnisses. Dies erfordert Zusammenarbeit, die nicht nur Produkte liefert, sondern ein personalisiertes, ganzheitliches Erlebnis schafft. Sind Sie bereit, diese Chancen zu nutzen?

Your Monique Fischer

Monique Fischer

02 Pitti Imagine: Gut besucht und inspirierend

Positive Vibes, wundervoll gestylte Menschen und spannende Gespräche: Die Pitti Imagine hat viele namhafte und interessante Besucher:innen aus der ganzen Welt angezogen. Der enorme Andrang hat viele Ausstellende zufrieden gestellt. Dennoch war spürbar, dass 2024 ein herausforderndes Jahr war. Viele Marken setzen auf Sicherheit – Innovation rückt in den Hintergrund. Qualität und Preis sind grosse Themen. Sortimente werden gestrafft, Marken ausgelistet. Ist das die Antwort auf die Herausforderungen des Jahres 2025?

Die Pitti ist und bleibt eine Stimmungsmacherin, die Positivität und Innovation fördert, den qualifizierten Austausch mit Branchenexpert:innen ermöglicht, unsere Netzwerke stärkt und erweitert. Ein echtes Erlebnis mit grosser emotionaler Wirkung, das uns daran erinnert, warum wir diese Branche so sehr lieben. Lassen Sie uns diese Liebe und Leidenschaft, diese Emotionalität in unseren Alltag übertragen. Das würde unser Leben enorm verschönern und die Stimmung in unserem Land verbessern!

03 Internationale Expansion: Ist Ihre Markteintrittsstrategie gut durchdacht?

In einem meiner letzten Projekte war ich für den Aufbau eines internationalen Vertriebskanals verantwortlich. Eine spannende und zugleich herausfordernde Aufgabe, die weit über strategisches Geschick hinausging. Zwei Kernfragen standen dabei immer im Mittelpunkt: Welche Vertriebskanäle passen zu den Unternehmenszielen? Wie schaffen wir nachhaltige Strukturen, die langfristiges Wachstum ermöglichen?

An erster Stelle stand eine detaillierte Markt- und Zielgruppenanalyse, denn nur wer seine potenziellen Kund:innen kennt, kann Preisgestaltung, Vertriebswege, Kommunikation, Marketing und Logistik passgenau ausrichten. Konsument:innen unterscheiden sich je nach Land erheblich.

Mehr lesen

04 Was ist die Basis guter Führung?

Meiner Erfahrung nach sind die innere und äussere Haltung die beste Basis. Ein positiver Mindset, klare Werte, positives Denken und authentisches Handeln sind wesentlich, um erfolgreich führen zu können. Ihr Charisma, Ihre Körpersprache und Ihre Ausstrahlung sind entscheidend, um Menschen zu begeistern und sie auf Ihrem Weg mitzunehmen. Wie sehen Sie das? Schreiben Sie mir gerne an mf@moniquefischer-consulting.ch

Meine Führungstrainings

05 Der «Hidden»-Masterplan des Ruins: Wer braucht schon treue (und teure!) Stammkundschaft?

Sie fragen sich, warum Sie sich auf die Kundschaft konzentrieren sollen? Hören Sie auf keinen Fall auf Ihr Marketing- und Vertriebsteam, denn die wissen nicht, was sie tun. Wer braucht schon treue (und teure!) Stammkund:innen? Setzen Sie lieber auf die neuesten Trends und ignorieren Sie die Bedürfnisse Ihrer bestehenden Kundschaft. Vergessen Sie Ihre Positionierung und vergleichen Sie sich stets mit jungen, aufstrebenden Marken – Sie wollen ja schliesslich «modern» sein!

Spass beiseite: Natürlich ist Kundenorientierung entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens. Zuhören, anpassen und langfristige Beziehungen pflegen ist der Schlüssel, um den Markt zu verstehen und zielgruppenrelevante Produkte zu liefern. Die erfolgreichsten Unternehmen verlieren nicht aus dem Blick, dass Erfolg nur dann nachhaltig ist, wenn er von den Bedürfnissen und Wünschen der Kundschaft getragen wird.

Vertriebs News WELT!

Partnerschaft: Adidas x Mercedes-AMG Petronas

Das Unternehmen entwirft eine Kollektion für das gesamte Formel-1-Team sowie limitierte Fanartikel. Die erste Kollektion wird im Februar vorgestellt und ist online sowie bei ausgewählten Partnern erhältlich.

Zalando kürzt Rückgabefrist auf 30 Tage

Der Online-Shop möchte dadurch die Verfügbarkeit bestimmter Artikel verbessern und ein grösseres Sortiment anbieten. Ausserdem sollen neue Funktionen getestet werden, die das Einkaufen erleichtern. Expert:innen vermuten auch logistische Gründe, da viele Teile bereits nach wenigen Wochen «out» sind.

