

Samsung setzt bei Hausgeräten weiter auf den Fachhandel

Neue Programme und Aktionen

Samsung will seine Vertriebs- und Markenstrategie für Hausgeräte weiterhin gemeinsam mit dem Fachhandel gestalten. Das betonte Nedzad Gutic, Vice President Home Appliances bei Samsung Electronics, bei einem Presse-Roundtable anlässlich der World of Samsung in Offenbach. Zudem können die Partner mit speziellen Angeboten, PoS-Materialien und Trainings sowie gezielten Marketing-Kampagnen rechnen. In der Produktstrategie setzt Samsung auf konkreten Kundennutzen durch AI und weiter verbesserte Energie-Effizienz. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Segment Bodenpflege.

„Der Fachhandel ist der Dreh- und Angelpunkt für unseren Erfolg“, betonte Gutic. „Wir unterstützen unsere Partner einerseits mit einer Reihe speziell abgestimmter Programme, andererseits mit attraktiven Hausgeräten, die

über alle Produktkategorien hinweg mit Künstlicher Intelligenz das Leben und den Haushalt der Kunden komfortabler machen können. Dabei setzen wir auf stabile Erfolgsformate wie das Smart Dealer Programm und identifizieren kontinuierlich neue Potenziale, zum Beispiel im Bereich Bodenpflege.“

Für diese Kooperationsbereitschaft gibt es gute Gründe, denn der stationäre Handel bleibt eine wichtige Anlaufstelle für die Mehrheit der Kunden. So ergab eine Studie des Bitkom, dass 75 Prozent der Befragten Informationen über smarte Hausgeräte nicht nur im Internet, sondern auch im Fachhandel suchen. 56 Prozent haben ein Gerät bei einem Elektronikhändler gekauft, 49 Prozent setzten dabei auf den Fachhandel; Handwerks- und Installationsbetriebe waren für 42 Prozent der Konsumenten eine Einkaufsquelle. Samsung will dem Fachhandel mit verschiedenen Programmen das aktuellste Wissen über das vernetzte Zuhause und die Vorteile Künstlicher Intelligenz vermitteln.

Das 2017 ins Leben gerufene Smart Dealer Programm, an dem inzwischen 600 Handelsunternehmen teilnehmen, soll weiter ausgebaut wer-

den. Besonders wichtig bleiben dabei umfangreiche Angebote an Trainings und verkaufsfördernde Maßnahmen. Für den Küchen- und Möbelfachhandel gibt es speziell abgestimmte Vertragswerke, Verkaufsunterstützungen und maßgeschneiderte Trainingsprogramme. Als Testimonial dient weiterhin der Spitzenkoch Tim Raue, der bereits im fünften Jahr in Folge für Samsung Einbau-Geräte wirbt. Auch eine Kooperation mit der Gemeinschaft unternehmergeführter Küchenhäuser GEDK gehört zur Wachstumsstrategie im Bereich Hausgeräte.



Nedzad Gutic, Vice President Home Appliances bei Samsung Electronics: „Der Fachhandel ist der Dreh- und Angelpunkt für unseren Erfolg.“

Neues Sales Portal

Ganz neu bei Samsung ist ein Sales Portal, in dem alle Handelspartner nicht nur Produktinformationen, sondern auch Daten und Fakten zu aktuellen Promotions und Aktionen finden sowie Ware direkt bestellen können. Damit will Samsung zum einen Fachhändlern, die nicht direkt betreut werden, den Zugang zu aktuellen Informationen und Aktionen erleichtern,



„AI for all“ – Künstliche Intelligenz soll das gemeinsame Dach für alle Samsung Produktkategorien von Smartphone bis zum Kühlschrank bilden.

rechnet aber ebenfalls mit Zuspruch von allen Handelspartnern. Auch die bereits bestehenden Funktionen wie Bestellung, Rückgabe und Reklamation wurden verbessert.

Zudem hat der Hersteller zahlreiche Prozesse für die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel überarbeitet, um sie zu vereinfachen sowie zu beschleunigen. So gibt es für alle Retouren jetzt ein System statt bisher vier, die Bearbeitung von Verträgen soll um bis zu 54 Prozent schneller werden – bei 85 Prozent aller Aufträge soll das papierlos geschehen. Auch die Ausschüttung von Gutschriften an den Handel hat Samsung nach eigenen Angaben beschleunigt.

Exklusive Aktionsprogramme

Für besonders wichtige Fachhandelspartner legt Samsung exklusive Aktionsprogramme auf. Dafür ließen sich die Verantwortlichen von den „Unpacked“ Events der Kollegen aus der Telekommunikation inspirieren: So gibt es für 100 ausgewählte Fachhändler jetzt ein „One Launch“-Programm rund um die globale Ankündi-

gung neuer Produkte. Dazu gehören spezielle Ausstellerrabatte, PoS-Material, Platzierungsprämien für die Präsentation der Neuheiten sowie attraktive Angebote für Vorbestellungen noch nicht verfügbarer Artikel. Dafür bietet Samsung produktübergreifende Bundles an, z. B. mit einem Samsung Galaxy S24 FE Smartphone als Zugabe. „Dadurch können die Teilnehmenden von einem warengruppenübergreifenden Pull-Effekt des Programms profitieren, mit dem das smarte Zusammenspiel AI-gestützter Geräte und des daraus resultierenden Komforts für die Endkundinnen und -kunden erlebbar wird“, sagte Gutic. „Die Mitarbeitenden des Fachhandels können so AI-gestützte Hausgeräte von Samsung als Alltagshelfer für spürbare Entlastung und Befreiung täglicher Routinen platzieren und greifbare Verkaufsargumente einsetzen.“

Power für die Bodenpflege

Exklusive Unterstützung für besonders aktive Partner gibt es auch im Bereich Bodenpflege, wo Samsung

große Wachstumspotentiale sieht. Im Rahmen der Jet Top Fachhändler Aktion können 200 Partner Zugang zum erweiterten Premium-Sortiment von Akkuhandstaubsaugern sowie Werbekostenzuschüsse für Nutzung und Pflege von Shop Display-Lösungen erhalten, die auf den Standort zugeschnitten werden können. Zudem bekommen sie mit Vorrang die Möglichkeit, an PoS-Schulungen und Online-Trainings teilzunehmen. Auch spezielle Ausstellerrabatte sowie exklusive Kooperations- und Verkaufsaktionen gehören zum Jet Top 200 Programm.

AI für mehr Komfort

Über alle Produktkategorien hinweg will Samsung deutlich machen, wie sich der Alltag von Menschen durch Künstliche Intelligenz komfortabler gestalten lässt: Bei den Hausgeräten reicht die Spanne vom Kochen über Kühlen und intelligentes Lebensmittelmanagement bis zum AI-basierten Waschen und Dosieren mit Erkennung der Textilart und Verschmutzungsgrade sowie bodenoptimiertes Staubsaugen. Das erstmals auf der IFA 2024 in einem Waschtrockner gezeigte AI Home LC-Farbdisplay wird in weitere Hausgeräte integriert, die damit als Schalt- und Steuerzentrale für das Smart Home fungieren können.

Der Nutzen von KI soll auch durch digitale und physische Szenarien am PoS deutlich werden. Um Fachhändler dabei zu unterstützen, bietet Samsung spezielle AI-Trainings sowie Experience Zones an, die an die jeweilige Fläche angepasst werden können.