



Heute kennenlernen, was morgen die Welt bewegt

Le monde de demain, parlons-en aujourd'hui

Unter diesem Slogan lud die in der ganzen Deutschschweiz bekannte Einkaufsgruppe Einkaufspartner AG (BODEWO) am Freitag, 14. November 2014 zum 13. Einkaufspartner-Dialog ein. Der Anlass wurde einmal mehr im Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon SZ abgehalten und über 150 Personen aus der Branche folgten der Einladung.

Wer mit den Jungen kommunizieren will, der muss sie auch verstehen. Nach einem herzlichen Willkommensgruss durch den Geschäftsführer der Einkaufspartner AG, Kilian Cathomas, referierte satte 90 Minuten lang – und dies ohne Skript – der erst 19-jährige Philipp Riederle. Er erzählte, wie er im Jahre 2007 in den USA sein erstes iPhone erstand, dieses in die Schweiz brachte und feststellte, dass es mit dem europäischen Netz nicht kompatibel war. Aber auch sonst stellte er rasch fest, dass zahlreiche Bedienungen dieses tollen Handys nirgendwo beschrieben waren. Er erkundigte sich dann zuerst einmal direkt beim Hersteller, welcher jedoch nie antwortete. So ist er selbst aktiv geworden und veröffentlicht seit seinem 13. Lebensjahr in regelmässigen Abständen Podcasts für Anwendungen von Apple-Produkten. Über 150 000 Personen «followen» nach seinen Aussagen jeden neuen Podcast.

Sein Grossvater meinte doch kürzlich, dass man mit diesem virtuellen Zeugs doch gar keine echten Freunde mehr habe. Riederle widerspricht dem nicht, fügte hingegen dazu, dass auch im realen Leben so einiges nicht stimme. Gemäss einer Studie der Humboldt-Universität Berlin besitzen heutzutage 25 % aller Mitarbeitenden keine emotionale Bin-

dung mehr zu ihrem Arbeitgeber, sogar drei von vier Mitarbeitenden haben nur eine geringe Bindung zum Unternehmen. Das sei ja auch nicht weiter verwunderlich, meinte Riederle. In der Presse ist ja tagtäglich nur von Krisen die Rede: Ölkrise Umweltkrise, Atomkrise, Finanzkrise usw...

Philipp Riederle rief deshalb zu mehr partnerschaftlicher Zusammenarbeit auf, es muss Perspektiven für jeden zur Weiterbildung geben, eine gelebte Feedback- und Fehlerkultur müsse existieren, und proklamierte zur Führung von Unternehmen durch Substanz statt Status. Letztlich, so Riederle, sollte auch die Integration der Arbeit ins Leben gelingen.

Mit einfachen Kommunikationsmitteln eine gute Basis schaffen.

Der darauf folgende Referent in der Person von Andreas Schneider, Geschäftsführer der F+W Communications berichtete, dass er ein Bodenbelagsfachgeschäft im Raume Bern suchte. Via tel.search oder Google offenbar gar nicht so einfach, doch dank der Homepage des Verbandes BodenSchweiz wurde er dann fündig. So konnte er ein Interview mit dem Geschäftsführer, Herrn Daniel Rindlisbacher, der Firma Botex AG, Bern, führen. Dieser antwortete auf seine Fragen, dass es heute eine Tatsache sei, dass der Kunde bereits gut informiert zu ihm

C'est sous ce slogan que le groupe d'achats Einkaufspartner AG (BODEWO), bien connu en Suisse alémanique, a lancé son invitation au 13^e Dialogue des partenaires d'achats qui s'est tenu le 14.11.2014. Organisée de nouveau au Seedamm Plaza à Pfäffikon (SZ), la manifestation a accueilli plus de 150 représentants de la branche.

Pour communiquer avec les jeunes, il faut les comprendre.

Après avoir souhaité une cordiale bienvenue aux participants, Kilian Cathomas, directeur de la société Einkaufspartner AG, a passé la parole à Philipp Riederle. Ce talentueux orateur de 19 ans à peine a tenu en haleine le public pendant 90 minutes: il a raconté sa déception lorsqu'il a constaté que son premier iPhone, acheté en 2007 aux Etats-Unis, non seulement n'était pas compatible avec le réseau européen, mais aussi que les nombreuses fonctionnalités de ce bijou technologique n'étaient décrites nulle part. Après s'être adressé en vain au fabricant, il a décidé de prendre lui-même les choses en main. C'est ainsi que, depuis l'âge de treize ans, Ph. Riederle publie régulièrement des podcasts sur les applications Apple, suivis à chaque fois par plus de 150 000 internautes.

Et si, à ce propos, il n'a pas contredit son grand-père qui lui faisait récemment remarquer que le virtuel empêchait toute véritable amitié, il a tenu à préciser que, dans la vie réelle, tout était loin d'être rose. Selon une étude de l'Université Humboldt de Berlin, trois salariés sur quatre disent n'avoir qu'un faible attachement à leur employeur. Et ils seraient même 25 % à n'avoir aucun lien émotionnel avec celui-ci. Pour Ph.

Riederle, cela n'a rien d'étonnant. Il suffit de parcourir la presse quotidienne où les crises monopolisent l'attention: crise pétrolière, environnementale, atomique, financière, etc. C'est pourquoi Ph. Riederle en appelle à un renforcement de la collaboration fondée sur le partenariat, en insistant sur l'importance d'offrir des possibilités de formation continue à tous, de pratiquer une culture de la critique constructive et de l'apprentissage par l'erreur, et de privilégier une gestion d'entreprise par la substance plutôt que par le statut. Car, au final, il s'agit aussi d'intégrer le travail dans la vie.

Créer de bonnes bases grâce à des moyens de communication simples.

Andreas Schneider, directeur de la société F+W Communications, est ensuite monté sur l'estrade, racontant comment, grâce au site Internet de l'association SolSuisse, il avait finalement trouvé l'adresse d'un spécialiste des revêtements de sol dans la région de Berne – avec Google ou tel.search ses recherches avaient été infructueuses. Il a ainsi pu réaliser un entretien avec Daniel Rindlisbacher, directeur de la société Botex AG, à Berne. Celui-ci a notamment confirmé que le client qui venait le trouver aujourd'hui s'était généralement déjà bien informé au préalable.



komme. Doch der Boden-Parkettleger sei ein sehr kreativer Beruf, man arbeite mit vielen natürlichen Materialien, stellte allerdings auch fest, dass nicht alle Bodenbelagsgeschäfte eine eigene Website unterhalten. Für Rindlisbacher ist eine gute Homepage ein absolutes «Must».

Andreas Schneider überbrachte während seines Referates sodann viele kleine, aber äusserst wichtige Tipps zur Gestaltung von Homepages, zum Kundenauftritt und vielem mehr. Auch erwähnte er die Wichtigkeit einer Mappe mit Referenzobjekten. Dazu brauche es nicht viel mehr als eine gute Kamera und das Einverständnis des Kunden.

Kommunikation und Social Media – als KMU praktisch umgesetzt. Der dritte Referent schliesslich war Herr Oliver Stoldt, Inhaber der Premium Management Group Holding AG im zürcherischen Horgen. Er sei absolut talentfrei, wisse aber, was er wolle. Er unterhält eine Plattform, welche verknüpft ist mit allen möglichen anderen existierenden Social Media wie Facebook, Twitter, Google+ usw... So fährt er durch die Schweiz, fotografiert schöne Hotels, stellt diese auf seine Plattform, und schon kommuniziert dieses Hotel mit Millionen

von Usern. 2009 mit Null angefangen, erwirtschaftete er heute einen Umsatz von jährlich CHF 55 Mio. Auch wenn wohl nicht alle Zuhörer verstanden haben, wie dies genau funktioniert – man mag den Erfolg dem sympathischen Oliver Stoldt gönnen.

Stoldt bemängelt, dass viele Websites nicht mobilefähig sind, um dann gleich eine Statistik zu präsentieren, welche aufzeigt, dass etwa 80 % aller User Websites über den PC aufrufen und nicht über Tablets oder Smartphones. Richtigerweise stellt Stoldt wohl fest, dass immer noch eine permanente Steigerung der Bedeutung von Social Media stattfindet, es ist wohl für jedes Unternehmen ein «Must», ob man es mag oder nicht. Denn damit könnten unterschiedlichste Zielgruppen leicht erreicht werden. Er ruft alle Anwesenden im Saal auf, Zeit dafür zu investieren und gezielte Social Media-Aktionen zu planen.

Die BODEWO-Einkaufsgruppe hat es einmal mehr verstanden, ein überaus spannendes Referententrio zu verpflichten. Sicherlich war für jeden Zuhörer etwas dabei, und wenn wirklich nicht, so entschädigte zumindest das hervorragende Abendessen bei unterhaltsamen Gesprächen die investierte Zeit. 

D'où, selon lui, et aussi parce que le métier de poseur de sol-parquet est une activité très créative où l'on travaille avec de nombreuses matières naturelles, la nécessité absolue d'avoir un site Internet bien conçu, ce qui n'est pas le cas de tous les commerces spécialisés de la branche.

A. Schneider donc a émaillé son exposé de nombreux conseils pour la conception d'un site web, sur la meilleure manière de se présenter à la clientèle, etc. Il a aussi mis l'accent sur l'utilité de constituer un dossier avec des objets de référence. Pour cela, il suffit de disposer d'une bonne caméra et de l'accord du client.

Communication: les PME à l'ère des médias sociaux. Oliver Stoldt, le troisième et dernier conférencier, a d'emblée indiqué n'avoir aucun talent, mais savoir ce qu'il voulait. Le propriétaire de Premium Management Group Holding AG à Horgen (ZH) gère une plateforme reliée à tous les médias et réseaux sociaux existants tels que Facebook, Twitter, Google+, etc. Il sillonne la Suisse pour prendre des photos de beaux hôtels qu'il diffuse ensuite sur sa plateforme, permettant ainsi aux hôteliers concernés de communiquer avec des millions d'internautes. Parti de zéro en 2009,

O. Stoldt réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires annuel de CHF 55 millions. Et même si certains des auditeurs présents dans la salle n'ont pas compris tous les tenants et aboutissants de la plateforme, le sympathique homme d'affaires semble bien mériter son succès.

O. Stoldt regrette que de nombreux sites Internet ne soient pas compatibles avec les appareils mobiles, et d'illustrer son propos par une statistique dont il ressort que 80 % de tous les utilisateurs consultent Internet via un PC et non en utilisant une tablette ou un smartphone. Les médias sociaux ont donc encore de beaux jours devant eux, constate O. Stoldt. Ils sont un «must» pour toute entreprise, qu'elle le veuille ou non. Car ces moyens de communication permettent d'atteindre facilement les groupes cibles les plus divers. En guise de conclusion, l'orateur a invité les participants à ne pas rater le coche et à planifier des opérations ciblées dans les médias sociaux.

Une fois de plus, le groupe d'achats BODEWO a réuni une palette d'orateurs des plus passionnants. Gageons que tous les auditeurs y ont trouvé leur compte, ne serait-ce que l'occasion de déguster un excellent repas dans une ambiance conviviale. 