

Dialog Einkaufspartner

Über 150 Personen aus der Bodenbelags- und Inneneinrichtungsbranche folgten der Einladung der Einkaufspartner AG. Einmal im Jahr treffen sich die Partner zu einer Branchenveranstaltung und zu Networking im Hotel Seedamm Plaza. Für den 14. Einkaufspartner Dialog hatte Kilian Cathomas, Geschäftsführer der Einkaufspartner AG, einmal mehr ein attraktives Programm zusammengestellt.

Als erster Referent versprach der Gedächtnistrainer Markus Hofmann allen Anwesenden, sie würden sich zum Schluss seines Vortrags besser fühlen. Hofmann wurde unter anderem im Jahr 2005 bekannt, als er mit einer bis dato mittelmässigen Schülerin gerade mal vier Stunden arbeitete und diese anschliessend in der Sendung «Wetten, dass...?» 100 schottische Clans anhand der Muster ihrer Kilts zu erkennen vermochte. Hofmann machte schnell klar, warum sich für die Anwesenden das Lernen einer neuen Gedächtnistechnik lohnt: «Wie oft ist Ihnen der Name eines Kunden erst in den Sinn gekommen, nachdem dieser gegangen ist? Nun, dann haben Sie ihn nicht vergessen, Sie hatten ihn nur gerade in Ihrem Gehirn nicht gefunden. «Zu hoch finden Sie Ihre Post, weil sie der Briefträger immer im Briefkasten deponiert», meinte er weiter, «solche Briefkästen müssen Sie auch für Alltagssituationen einrichten.»

Von der Wallstreet nach Disentis. Der nächste Referent, Benedikt Germanier, erzählte von einer erstaunlichen Karriere. Nach jahrelanger Tätigkeit auf einer Bank an der Wallstreet entschied er 2009

der Bank den Rücken zu kehren und stieg in die Firma eines Freundes ein. Es handelte sich dabei um eine Manufaktur für Spitzenskis. Germanier führte die Marke Zai zum Erfolg. Aktuell befindet sich die Manufaktur auf dem Weg zur Marke, sprich, sie bietet neu auch Helme, Brillen oder Bekleidung an, alles wie gewohnt im hochwertigen Sektor. Zudem werden Mützen verkauft – die Bewohnerinnen des Altersheims von Disentis stricken sie. Germanier zeigte sich in seinem Referat als Querdenker, der nur vermeintlich Umwege geht, dessen Weg aber im Grunde eine Logik aufweist.

BoDeWo als Qualitätslabel. Kilian Cathomas, Geschäftsführer der Einkaufspartner AG, plädierte in seinem Vortrag dafür, das BoDeWoLabel möglichst oft zu verwenden, damit es von den Kunden wiedererkannt und als Qualitätslabel wahrgenommen werde. Und er riefin Erinnerung, dass die Einkaufspartner SocialMedia-Produkte anbieten. Ein Networking-Dinner beendete den gelungenen EinkaufspartnerDialog. 

Text in gekürzter Fassung
übernommen von Susanna Vanek,
Schweizer Holzzeitung.

Dialog Einkaufspartner

Plus de 150 membres de la branche des revêtements de sol et de l'ameublement ont répondu à l'invitation de la société Einkaufspartner AG. Une fois l'an, ces partenaires se réunissent pour une manifestation de branche et des contacts de réseau à l'hôtel Seedamm Plaza. Pour ce 14ème «dialogue», Kilian Cathomas, directeur de la société, avait une fois de plus préparé un programme attrayant.

Le premier orateur était l'entraîneur mnémotechnique Markus Hofmann, qui déclara d'emblée à son public qu'il se sentirait mieux à la fin de son exposé. M. Hofmann s'est notamment fait connaître en 2005, quand il révéla avoir travaillé tout juste quatre heures avec une écologère jusque là très moyenne pour la voir ensuite réussir, dans l'émission «Wetten, dass...?» à identifier 100 clans écossais d'après l'étoffe de leurs kilts. M. Hofmann a vite persuadé son auditoire de l'utilité d'apprendre une nouvelle méthode de mémorisation: «Ne vous est-il jamais arrivé de ne vous souvenir du nom d'un client qu'après son départ? En fait, vous ne l'aviez pas oublié, mais vous ne le retrouviez pas dans votre tête. A la maison, vous trouvez votre courrier parce que le facteur le dépose toujours dans la boîte. A vous, donc, à poursuivre l'orateur, de savoir installer de telles boîtes pour les situations de chaque jour.»

De Wall Street à Disentis. L'orateur suivant, Benedikt Germanier, a évoqué son étonnante carrière. Après de longues années d'activité à Wall Street, il avait décidé en 2009 de tourner le dos à la banque et d'entrer dans l'entreprise d'un ami, une fabrique de

skis d'exception. L'homme a ainsi conduit la marque Zai au succès. Actuellement, le commerce se connecte au grand marché, en ce sens qu'il offre aussi des casques, des lunettes ou des vêtements, le tout, bien sûr, dans le registre haut de gamme. Il vend également des bonnets - tricotés par des pensionnaires du EMS de Disentis. Son exposé a montré M. Germanier comme un anticonformiste ne suivant que des chemins apparemment extravagants mais, au fond, avec une certaine logique.

BoDeWo, en tant que label de qualité. Dans son exposé, Kilian Cathomas, le directeur de Einkaufspartner AG, a plaidé pour que le label BoDeWo soit utilisé le plus souvent possible, afin d'être reconnu et adopté par les client(e)s comme une garantie de qualité. Il a également rappelé que les partenaires d'achats offrent des produits de médias sociaux. Cette séance de «dialogue» réussie s'est terminée par un dîner-réseau. 

Version raccourcie d'un
article de Susanna Vanek,
Journal Suisse du Bois.

