



Das World of Diamonds-Expertenprogramm von BEDRA macht Sie zum Diamantschmuck-Experten. Von der Präsentation über das POS-Material bis zur Schulung der Mitarbeiter. Das individuelle Echtschmuck-Sortiment sorgt für Umsatzplus.



Hier dreht sich der Verkauf wie von selbst. Die Thekenvitrine von BEDRA bringt Waren mit Impulspreisen und überdurchschnittlichen Margen aus den Schubladen direkt ins Blickfeld ihrer Kunden.



Die hochwertige Standvitrine mit dem Logo des Juweliers präsentiert die unangefochtenen Top-Seller der Silber- und Goldbasisware: mit bis zu 256 Teilen auf 16 Tablettis. So geht erfolgreiche Produktplatzierung!

ES GEHT UM VIEL – VOR ALLEM ZUM WEIHNACHTSGESCHÄFT

HOCHWERTIGES PERFEKT PRÄSENTIEREN

UMSATZBRINGER.
Die Juweliere müssen jetzt ihre Lager füllen. Nur was vor Ort verfügbar und optimal präsentiert ist, wird in der Vorweihnachtszeit auch laufen. BEDRA rät zu Klassikern und Basics in Gold sowie zu Diamantschmuck. Und unterstützt seine Juwelier-Partner mit entsprechend wertigen Möglichkeiten der Warenpräsentation.

Die Juweliere müssen in schweren Zeiten mit dem Kernsortiment – also ihren Basics und Klassikern in 8 und 14 Karat aufgestellt sein,“ betont Christian Adam, Vertriebsleiter der BEDRA GmbH: „Das ist es, was Verbraucher auch in unruhigen Zeiten kaufen“. Außerdem rät der Experte, „in höherpreisigen Segmenten Klassiker wie Solitär- und Memoire-Ringe sowie passende Ohrstecker auf Lager haben.“

Jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt für Juweliere, ihren Bestand aufzufüllen – zuallererst in den Bereichen, die kein Risiko bergen. Zum einen, weil hochwertige Basiswaren Schnelldreher sind, mit denen Juwelieren in Richtung Jahresende kein Geschäft entgeht. Zum anderen, weil es sich um „Dauerbrenner“ handelt, die auch nach dem Weihnachtsgeschäft gut verkäuflich bleiben. Aber die Kunden kaufen eben nur, was sie im Geschäft direkt sehen – und am besten gleich mitnehmen können. Wenn die Ware nicht vor Ort

ist, lässt sich dieser Umsatz – mit seinen für den Juwelier bei BEDRA überdurchschnittlichen hohen Margen – nicht realisieren.

Für den Abverkauf der Klassiker und Basics spielen die Stand- und Thekenvitrinen eine entscheidende Rolle. Sie rücken die Waren mit Impulspreisen direkt ins Blickfeld der Juwelier-Kundinnen und -Kunden. Drehvitrinen machen den Schmuck zu wahren Schnelldrehern: „Mit diesen qualitativ hochwertigen Frequenzverstärker von BEDRA, lässt sich im Handumdrehen mehr Umsatz durch zahlreiche Impulsverkäufe generieren“, so Christian Adam. Und dies ist angesichts der Kostenexplosion – zum Beispiel bei den Energiepreisen – für den Fachhandel wichtiger denn je.

„Der Juwelier muss sich gerade jetzt groß machen, um im Markt bestehen zu können. Und dabei unterstützen und coachen wir ihn“, erläutert Christian Adam die BEDRA-Strategie mit „unseren ausgereiften Verkaufskonzepten, der optimalen Warenpräsentation,

der Expertise des Außendienstes und bequemen Finanzierungsmöglichkeiten.“

Wertige Ware auf kleinstem Raum hochwertig präsentiert – dafür ist auch die BEDRA World of Diamonds ein Beispiel. Mit dem Gesamtkonzept dieser Schmuckwelt macht BEDRA die Juweliere zu Diamantschmuck-Experten. Und: Die World of Diamonds bietet genau den hochwertigen Schmuck, der für Kundinnen und Kunden in Zeiten der Krise noch an Attraktivität gewonnen hat: vom Solitärring über ansprechende Anhänger an Ketten bis hin zu edlen Ohrsteckern. Alles Schmuckstücke mit



„Der Juwelier muss sich gerade jetzt groß machen, um im Markt bestehen zu können. Und dabei unterstützen und coachen wir ihn.“

CHRISTIAN ADAM,
VERTRIEBSLEITER DER BEDRA GMBH

Diamanten zwischen 0,1 und 1,0 Karat – jeweils mit IGI-Zertifikat, das die Qualität und den objektiven Wert jedes Schmuckstücks und der darin verarbeiteten Diamanten ausweist. Im World of Diamonds-Expertenprogramm unterstützt BEDRA seine Juwelier-Partner auch durch Verkaufsschulungen. Neben dem attraktiven, flexiblen Display für den Echtschmuck, wird der Verkauf auch durch wertige Dummyboxen gefördert. Das Konzept der BEDRA macht den Juwelier zur Marke: Mit den individuell gebrandeten Verkaufssystemen hat der Fachhändler sein Alleistellungsmerkmal – und kann auch preislich nicht untergraben werden.