

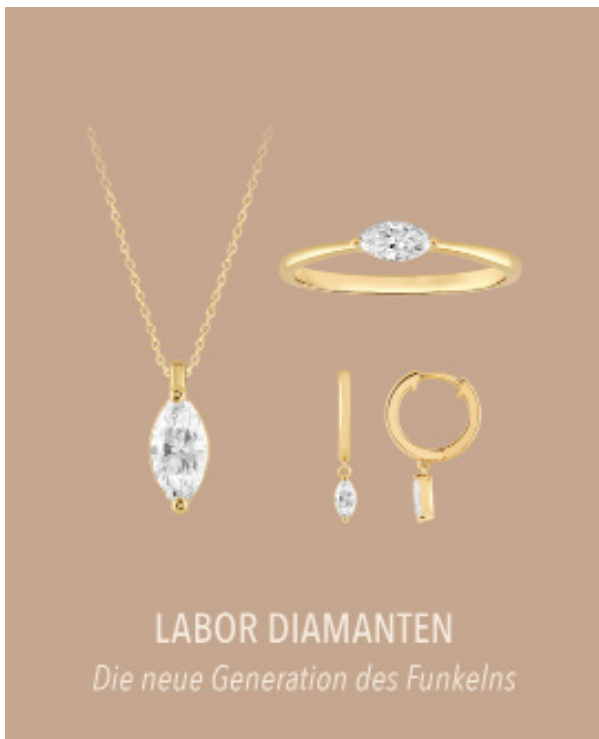
FRÜHJAHRSAKTION STÄRKT DAS GESCHÄFT

Mit durchdachten Verkaufskonzepten und gezielter Unterstützung positioniert sich Bedra einmal mehr als verlässlicher Partner des Fachhandels – weit über die reine Warenlieferung hinaus.



Mit einer aktuellen Frühjahrsaktion für Diamantschmuck zeigt Bedra, wie konsequente Fachhandelstreue in der Praxis aussehen kann. Im Mittelpunkt stehen Kollektionen mit Naturdiamanten und alternativ mit Labordiamanten, die nicht nur aktuelle Designtrends bedienen, sondern vor allem als Teil eines umfassenden Vertriebskonzepts gedacht sind. Der Ansatz geht dabei bewusst über klassische Produktangebote hinaus: Fachhändler erhalten ein vollständig ausgearbeitetes Verkaufs- und Marketingpaket, das bereits ab vergleichsweise geringem Abnahmevolumen verfügbar ist. Neben Preisvorteilen von bis zu 20 Prozent umfasst die Aktion unter anderem hochwertige Displays, Plakate, individualisierbare Flyer sowie fertige Social-Media-Inhalte. Ziel ist es, die Sichtbarkeit am Point of Sale ebenso wie in digitalen Kanälen nachhaltig zu steigern. Gleichzeitig bietet die Kombination aus Natur- und Labordiamantschmuck eine hohe Flexibilität in der Sortimentsgestaltung. Unterschiedliche Stilrichtungen – von klassisch bis modern – ermöglichen es Juwelieren und Goldschmieden, gezielt auf ihre jeweilige Kundschaft einzugehen. Die beiden Kollektionen lassen sich zudem innerhalb einer Bestellung kombinieren, was den Zugang zu attraktiven Konditionen erleichtert.

Das Konzept steht exemplarisch für die strategische Ausrichtung von Bedra: Der Fachhandel soll nicht nur beliefert, sondern aktiv in seinem Geschäftserfolg unterstützt werden. Dazu zählen neben verkaufsfördernden Maßnahmen auch persönliche Beratung durch den Außendienst, schnelle Lieferfähigkeit und flexible Abrechnungsmodelle.



Der Fachhandel wird mit durchdachten Marketingkonzepten bei der Frühjahrsaktion für Natur- (links) und Labordiamantenschmuck (oben) unterstützt



*„Für uns bedeutet das,
nicht nur Lieferant zu sein,
sondern echter Partner
des Fachhandels.“*

Marc Springstein, Geschäftsführer

Vertriebsleiter Oliver Krawczyk unterstreicht die Bedeutung enger Zusammenarbeit: „Der persönliche Service, fundierte Beratung und eine vertrauensvolle Beziehung zum Endkunden sind zentrale Erfolgsfaktoren, die durch maßgeschneiderte Konzepte gezielt gestärkt werden.“ Mit der Frühjahrsaktion setzt Bedra damit ein klares Signal: Nachhaltiger Erfolg im Schmuckmarkt entsteht dort, wo Produkt, Präsentation und Partnerschaft konsequent zusammengedacht werden.

→ www.bedra.de