

Bayer CropScience: Händler sind unsere wichtigsten Partner!

Автор(и): Емил Иванов

Дата: 17.02.2015 Брой: 2/2015



Bei dem diesjährigen Treffen im Elite-Hauptstadthotel "Hilton" bekräftigte die Geschäftsführung des agrochemischen Unternehmens, einem Marktführer im Pflanzenschutzmittelmarkt in unserem Land, auf das Kategorischste ihr unternehmerisches Vertrauens- und Dankesvotum gegenüber den Handelsfirmen, die seine Produkte vertreiben. Bayer CropScience sendete klare Signale und Botschaften, dass es dieses institutionelle Format, dessen Professionalität, Loyalität und Aktivität zum Markterfolg und zu den Spitzenpositionen des deutschen Konzerns in unserem Land beigetragen haben, weiterentwickeln wird.

Die Idee dieses gesamten Projekts – ein hocheffizientes nationales Vertriebsnetzwerk, so Ralitsa Yanakieva, Managerin von Bayer CropScience Bulgarien, das vor 15 Jahren begann, ist für etwas Gutes. Es geht nicht um aggressives Geschäft. Es ist aufregend, etwas mit Händen, Kopf und

Herz zu tun. Geschäft ist kein Rennen, Vertrauen wird über Jahre aufgebaut, weshalb die dadurch verbundenen Menschen Partner genannt werden. Die professionelle Charakteristik dieses Partnerschaftsmodells umfasst laut Frau Yanakieva Identität, Vision, positives Profil, Authentizität, Autorität und Motivation.

Im Jahr 2014 erzielte Bayer CropScience einen strategischen Erfolg – das höchste Umsatzwachstum unter Bedingungen einer außerordentlich wettbewerbsintensiven Präsenz.

Die bulgarische Landwirtschaft ist ein Zielmarkt für den deutschen Agrochemiekonzern. Bayer CropScience beteiligt sich engagiert an der Modernisierung und Intensivierung unserer landwirtschaftlichen Produktion. Bayer CropScience investiert in die Architektur seiner Wettbewerbsfähigkeit und seines profitablen Modells.

Das technologische Werkzeugset von Bayer CropScience – bestehend aus den neuesten Generationen innovativer Pflanzenschutzmittel, setzt die Erwartungen auf die nächste Stufe. Diese enorme Ladung mit erdrückenden Vorteilen ist ein Zeichen für mächtige technologische Kapazität, Flexibilität der Schemata, einen hohen Grad an Kreativität und Mehrwert.

Detaillierte Informationen zum strategischen Markterfolg von Bayer CropScience im Jahr 2014 und viele weitere Neuigkeiten, die beim Treffen mit den Vertriebspartnern entstanden, lesen Sie in Ausgabe Nr. 1 der Zeitschrift "Pflanzenschutz" für 2015.