

SPORT 2000 Österreich: Revolution im Partner-Management gestartet!

SPORT 2000 Österreich reorganisiert sich seit dem 1. Juni 2025 zur Retail-Service-Organisation mit Fokus auf Partner Management.



Österreich - Am 1. Juni 2025 hat SPORT 2000 Österreich mit einer umfassenden Neuausrichtung begonnen, die eine wesentliche Weiterentwicklung zur Retail-Service-Organisation zum Ziel hat. Die Geschäftsführerin Irina Andorfer hebt hervor, dass ein modernes Verständnis von Händler-, Marken- und Konsumentenbeziehungen im Mittelpunkt dieser Transformation steht. Ein zentrales Element dieser Neustrukturierung ist das Partner Management, das den klassischen Einkaufsbereich ersetzen wird.

SPORT 2000 Österreich fokussiert sich darauf, Partner effizient einzubinden und strategische Kooperationen zu fördern, die auf Vertrauen und Austausch basieren. Diese neuen Ansätze zielen

darauf ab, Händler:innen und Marken enger zu verbinden und gleichzeitig klare Zuständigkeiten zu definieren. Durch die Schaffung einer intern orientierten Einheit für HR, Finanzen, IT und Backoffice sowie einer extern gerichteten Einheit für Partner und Retail Management, Marketing und SPORT 2000 rent, wird die organisatorische Struktur optimiert.

Detaillierte Struktur und Ziele

Die neue Struktur von SPORT 2000 Österreich ermöglicht es, die Marktpräsenz zu erweitern und Zugang zu neuen Zielgruppen zu erhalten. Diese Maßnahmen sind entscheidend im Vertrieb und Customer Relationship Management (CRM), um erfolgreiche Kooperationen mit Distributoren, Resellern oder strategischen Allianzen aufzubauen. Partner Management hat sich dabei als Basiselement bewährt, das die Performance überwacht und die Effizienz steigert. Die Implementierung moderner Partnerportale spielt hierbei eine Schlüsselrolle, um eine transparente und effiziente Zusammenarbeit zu gewährleisten, wie **Hangar 13** berichtet.

Die Neugestaltung des Partner Managements beinhaltet auch innovative Ansätze zur Nutzung von CRM-Systemen. Diese Systeme bieten wichtige Tools zur zentralen Verwaltung von Partnerdaten und zur Analyse der Partnerleistung. Im B2B-Umfeld werden Partner oft als wesentlicher Bestandteil der Vertriebskanäle betrachtet. Dies führt nicht nur zu einer Erweiterung der Reichweite, sondern ermöglicht auch eine effiziente Optimierung von Prozessen.

Partnerschaft als neues Mindset

Andorfer beschreibt das Partner Management als ein neues Mindset, das partnerschaftliches Denken und enge Beziehungen fördert. Die Herausforderung des Beziehungsaufbaus und der Leistungsüberwachung, die durch klare Strukturen und Verantwortlichkeiten unterstützt werden muss, ist hierbei ebenfalls zu beachten. Gerade im internationalen Kontext

können kulturelle Unterschiede und Missverständnisse zwischen den Partnern auftreten, was die Notwendigkeit von transparenten Kommunikationsprozessen unterstreicht.

Ein erfolgreicher Vertrieb durch channel sales erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen internen Verkaufs-Teams und externen Partnern. Channel Manager spielen eine entscheidende Rolle, indem sie sicherstellen, dass Partner stets über die aktuellen Produktinformationen verfügen und ihre Verkaufsaktivitäten überwachen, um Doppelarbeit und Konflikte zu vermeiden. Zudem bieten sie Anreize, um die Verkaufszahlen der Partner zu steigern und die Markenbekanntheit zu erhöhen, wie **Oracle** ausführlich darlegt.

Zusammenfassend zeigt die Neuausrichtung bei SPORT 2000 Österreich, wie wichtig ein modernes Partner Management für den Unternehmenserfolg ist. Die Fokussierung auf strategische Beziehungen und die Unterstützung durch moderne CRM-Systeme schaffen die Grundlage für zukünftige Erfolge und eine nachhaltige Marktposition.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Österreich
Quellen	• www.ots.at • hangar-13.com • docs.oracle.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at