



## Garmin unterstützt seine Partner mit neuem Onlineportal

### *Erfolgreiches Verkaufen leicht gemacht*

**München (Gräfelfing), 01.09.2010** – Informativ und lukrativ: Mit dem neuen Partnerportal – das ab sofort unter [partnerportal.garmin.de](http://partnerportal.garmin.de) online geht – unterstützt

Garmin verstärkt seine Vertriebs- und Handelspartner. Das Portal wird dabei nicht nur als internes Informationsmedium dienen und Händler tagesaktuell und kontinuierlich mit Informationen versorgen, sondern darüber hinaus alle wichtigen Materialien zur Effizienzsteigerung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten liefern. Neben



allen produkt- und marketing-relevanten Informationen erhalten die Partner mit zielgruppengerechten Top-Stories redaktionell aufgearbeitete Informationen, die sie direkt an ihre Kunden weitergeben können. Doch der Informationsfluss läuft nicht nur in eine Richtung: Über das Portal werden die Partner aktiv eingebunden und können mit konkreten Fragen, Interessen, Wünschen und Anregungen an Garmin herantreten. Dadurch lernt Garmin die Bedürfnisse seiner Partner noch besser kennen und kann sie so beim Verkauf noch gezielter unterstützen.

### **Ein Portal für jede Zielgruppe**

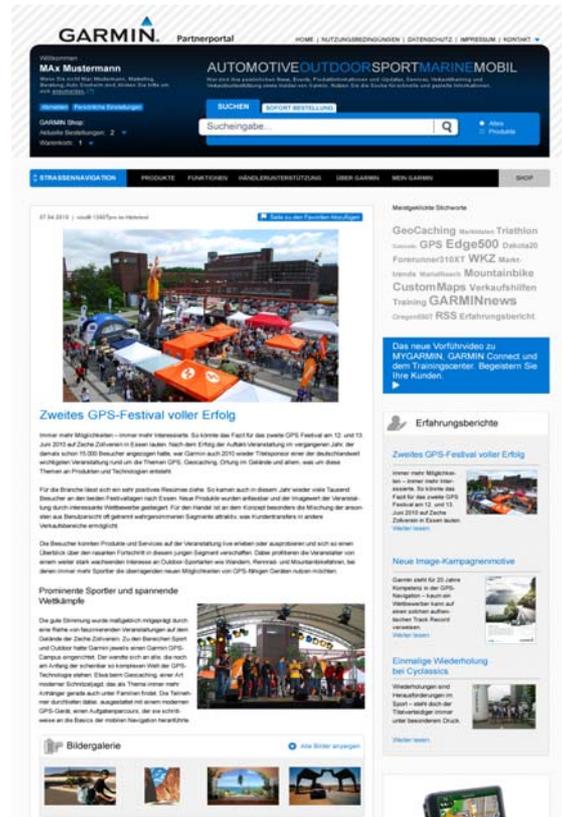
Das Partnerportal berücksichtigt die verschiedensten Formen von Kundenbeziehungen wie beispielsweise direkte und indirekte Händler und Agenturen. Deren unterschiedlichen Bedürfnissen wird das Portal durch die individuelle Informationsbereitstellung gerecht. So kann sich zukünftig jeder Teilnehmer seine personalisierte Seite anlegen sowie regelmäßige News-E-Mails für sein Themengebiet abonnieren. Garmin garantiert so, dass jeder auch wirklich die Informationen erhält, die für ihn von Interesse sind – das spart den Partnern Zeit.



## Alle Informationen für den Verkaufserfolg

In spezifischen Top-Stories stehen den Händlern Informationen zur Verfügung, die über die eigentlichen Produktfakten hinausreichen. Neben Berichten zu den wichtigen Messen wie IFA, Eurobike oder Outdoor finden sich dort zukünftig auch Texte und Videos über Events wie das Garmin GPS Festival oder Interviews mit Sportlern wie Sabine Spitz oder Timo Bracht. Reportagen über Extremsportler, Trends wie Geocaching oder das Thema EcoRoute werden für die Händler redaktionell aufbereitet. Erfahrungsberichte oder ein Blick hinter die Kulissen von Garmin wie beispielsweise in dem Garmin-eigenen Designzentrum, in dem das neue nüvi 3790T entwickelt wurde, verschaffen den Händlern einen neuen Blick auf die Produkte und das Unternehmen. Auf diese Weise können sie mit ihren Kunden über Garmin als erlebbare Marke reden. Neben puren Fakten vermitteln die Händler ihren Kunden so Emotionen und Geschichten – das kann seinen Verkaufserfolg steigern.

Partnern unterhaltsame und lehrreiche



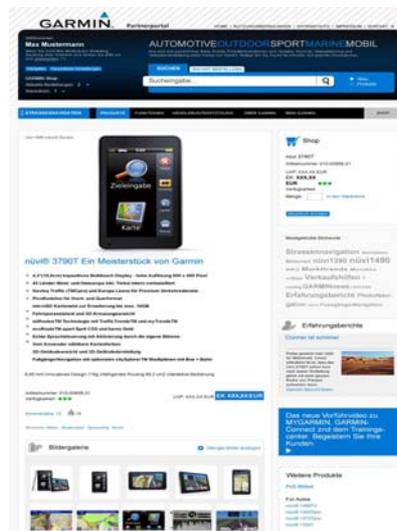
Eines der wichtigsten Kriterien war es, das neue Portal übersichtlich und einfach aufzubauen, um den Partnern bei der Informationssuche Zeit zu sparen. Mit wenigen Mausklicks stehen Produktbilder, Awards, Datenblätter, Werbevorlagen, Produktinformationen und Image-Bilder zur Verfügung. Aber auch Bewegtbild-Animationen wie Videos oder 3D-Spinnings stehen zum Download bereit und lassen sich problemlos in die Websites der Partner oder deren eigene Social Media-Kanäle integrieren. Neben Produktinformationen erhalten sie einen umfassenden Überblick zu laufenden Aktivitäten, Veranstaltungen und Unternehmensrichtlinien. So können sie sich beispielsweise sämtliche Werbekampagnen zu den einzelnen Produkten sowie alle relevanten (Haus-)Messen und Kooperationsaktivitäten anzeigen lassen oder sich



Branding Guidelines herunterladen. Bei besonders aktuellen Themen unterstützt Garmin seine Partner mit neuesten Marktzahlen, zeigt ihnen die Trends und Vorteile auf und gibt ihnen Verkaufsargumente an die Hand. So stehen den Partnern alle wichtigen Informationen jederzeit zur Verfügung.

### **Gut versorgt mit Garmins Händlerservice**

Garmin baut auf seine Händler und legt daher großen Wert darauf, dass sie mit allen wichtigen verkaufsunterstützenden Materialien ausgestattet sind, denn nur so können sie erfolgreich ihre Produkte vertreiben. Per Online-Bestellung können die Händler zukünftig ganz bequem Materialien wie beispielsweise POS-Möbel, Werbemittel oder Flyer anfordern. Wichtige Informationen zu Ansprechpartnern, Bezugswegen oder Support stehen ihnen ebenfalls zur Verfügung. Indirekten Kunden bietet Garmin neben Promotion- und Trainingsanforderungen auch die Möglichkeit, Angebotsanfragen direkt an das Unternehmen zu richten



### **24-Stunden 7-Tage Bestellmöglichkeit dank Garmin Bestellshop**

Für direkte Kunden ist eine Bestellplattform mit allen Funktionalitäten, die das bisherige Händlerportal umfasst haben, integriert. So können hier jederzeit Produkte geordert und der Bestellstatus eingesehen werden. Im Vorfeld der Bestellung können die Händler zur Sicherheit die Verfügbarkeiten der gewünschten Produkte leicht und schnell überprüfen oder sich Bestellvorschläge machen lassen.

### **Erfolgsfaktor Kommunikation**

Das neue Partnerportal ermöglicht es nicht nur, dass Garmin den Händlern personalisierte Informationen zur Verfügung stellt, sondern erlaubt auch den Händlern selbst, über das Portal an Garmin heranzutreten und Wünsche, Fragen und Interessen zu äußern.



„Nur wer die Bedürfnisse seiner Kunden kennt, kann diese auch erfüllen“, ergänzt Kai Tutschke, Sales Manager Garmin Deutschland. „Daher ist es uns wichtig, die Kundenbeziehungen zu vertiefen, einen intensiven Dialog mit den Partnern zu führen und sie aktiv einzubinden.“

#### Über Garmin

Garmin ist globaler Marktführer im Bereich mobiler Navigationslösungen für die Bereiche Automotive, Outdoor & Fitness, Marine und Aviation. 1989 von Gary Burrell und Dr. Min Kao (Garmin) gegründet, zählt das Unternehmen mit aktuell über 8.500 Mitarbeitern und Standorten in den USA, Taiwan und Europa zu den erfahrensten Herstellern im Bereich GPS-Technologie. Charakteristisch für Garmin ist, dass sowohl Entwicklung als auch Produktion inhouse erfolgen. Dies trägt entscheidend zur Sicherung des hohen Qualitätsstandards bei. Produkte für die Luftfahrt fertigt Garmin in der weltweiten Firmenzentrale in Olathe, Kansas, USA. Alle Consumer-Electronic-Produkte für die Bereiche Straßennavigation, Outdoor, Sport und Marine werden in den drei Garmin Produktionsstätten Shijr, Jhongli und LinKou in Taiwan hergestellt.

Weltweit beschäftigt Garmin über 1.000 Ingenieure und sichert so die hohe technische Kompetenz innerhalb des Unternehmens. Von 1989 bis heute wurden weltweit bereits über 66 Millionen Garmin Navigationsgeräte verkauft. Garmin ist seit Gründung des Unternehmens profitabel.

In Europa ist Garmin mit eigenen Büros in Southampton, München, Paris, Barcelona, Mailand, Lissabon, Graz, Brüssel, Lohja und Kopenhagen vertreten. In den anderen europäischen Ländern vertreibt Garmin seine Produkte über Exklusivimporteure, die auch für den Service und Support im jeweiligen Land verantwortlich sind. Für den deutschen Markt zuständig ist die Garmin Deutschland GmbH mit Sitz in Gräfelfing bei München. Dort sind aktuell fast 100 Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, Kartografie sowie Händler- und Endkundensupport beschäftigt. Die Belieferung der deutschen Händler erfolgt über das Garmin-eigene Logistik Center bei München.

#### Pressekontakt:

##### Schwartz Public Relations

Dieter Niewierra / Florian Kestler / Anja Strunz  
Sendlinger Straße 42A  
D-80331 München  
Tel.: 089-211 871-37 / - 38 / - 40  
Fax: 089-211 871-50  
E-Mail: [dn@schwartzpr.de](mailto:dn@schwartzpr.de) / [fk@schwartzpr.de](mailto:fk@schwartzpr.de)  
[as@schwartzpr.de](mailto:as@schwartzpr.de)  
Web: [www.schwartzpr.de](http://www.schwartzpr.de)

#### Unternehmenskontakt:

##### Garmin Deutschland GmbH

Marc Kast  
Lochhamer Schlag 5a  
D-82166 Gräfelfing bei München  
Tel.: 089-85 83 64-925  
Fax: 089-85 83 64-44  
E-Mail: [marc.kast@garmin.de](mailto:marc.kast@garmin.de)  
Web: [www.garmin.de](http://www.garmin.de)