Kubota

Deutsche Vertriebsorganisation optimiert

Ein Händler für alles: Vertrieb von Rasentraktoren, Mehrzweck-Transportfahrzeugen, Kompakt- und Agrartraktoren von 12 bis 170 PS wird zusammengefasst

© *Kubota*

Robert v. Keudell (Leiter Traktor Division) und Naoki Shuzenji (Präsident) (v.l.) wollen die Vertriebsorganisation der Kubota Deut

Kubota Deutschland will künftig seine Vertriebspartner vor Ort noch besser unterstützen und gleichzeitig näher am Kunden sein. Der Hersteller fasst den Vertrieb von Rasentraktoren, 4WD-Mehrzweck-Transportfahrzeugen, Kompakt- und Agrartraktoren von 12 bis 170 PS zusammen. Dazu gehört das Kommunal-, Hobby-, Privat- und Dienstleister-Kundensegment der Märkte für Rasen- und Grünflächenpflege sowie landwirtschaftliche Milchvieh-, Nutztier-, Gemischtbetriebe und Betriebe für Sonderkulturen (Gemüse-, Obst- und Weinbau). Mit der Zusammenfassung bekommen die Fachhändler die Möglichkeit, ihr Geschäft auszuweiten.

Außerdem teilt der Hersteller Deutschland in sechs Vertriebsregionen auf. So sollen die Regional Sales Manager künftig die Fachhändler in kleineren Vertriebsregionen intensiver betreuen. Um unterschiedlichen Anforderungen gerecht zu werden, setzt die Kubota Deutschland GmbH bei der Vertriebspartnerbetreuung auf ein Team von Produktmanagern, Aftersales- und Servicemitarbeitern sowie Kubota Finance Supportmitarbeitern, Marketing-Experten und Vertriebsprofis unterstützt von Mitarbeitern im Büro in Rodgau.