



Business and Friends Cooperation GmbH

Inhaber: GfG Harald Kimmel

Geschäftsfeld: Serviceleistungen im Bereich Marketing, Telesales und Direktmarketing, Internetvermarktung.

Startdatum: 10. April 2017

Geschäftsidee:

In den letzten 25 Jahren hatte ich immer wieder meine Gespräche mit Firmen Inhabern geführt. Es wurde mir dabei erklärt, dass es das wichtigste Ziel der Unternehmer war, besser an Neukunden zu kommen.

Neukunden sei das Blut der Firma!

Vor dem Hintergrund der angespannten wirtschaftlichen Situation insbesondere im Klein und Mittelstand in Europa gilt es, neben den klassischen Vertriebsmethoden auch alternative Vertriebswege zu beschreiten und damit Wettbewerbsvorteile zu schaffen. Speziell im Klein-und Mittelstand sind viele negative Faktoren in der Neukundenakquisition vorhanden.

Business and Friends Cooperation GmbH ist ein europaweites offenes Empfehlungsnetzwerk mit Publikationen auf verschiedenen Marktplätzen. Unsere Aufgabe als BFC GmbH ist es mit einem ausgeklügelten Marketingsystem dafür zu sorgen, dass unsere Unternehmer, Freiberufler und Vertriebsmitarbeiter sowie Führungskräfte auf eine einfache Art und Weise bessere Geschäfte machen. Dies geschieht durch Kooperationen. Hierfür präsentieren Sie Waren, Produkte und Dienstleistungen und stellen zugleich ihre Firma vor.

Zielsetzung

Unsere Hauptzielgruppe sind Unternehmen zwischen 0 bis 499 Mitarbeitern (Klein und Mittelstand) und deren Führungskräfte.

Unsere Nutzer und unsere Vertriebler kommen aus den unterschiedlichsten Branchen, mit verschiedenen Erwartungen, aus Ländern wie z.B. Deutschland, Österreich, Schweiz, Spanien, Italien, Griechenland, Kroatien.

Weitere europäische Länder sind in Planung.

Zudem sind regelmäßige monatliche und vierteljährliche Treffen mit spannenden Firmenpräsentationen und Vorträgen vorgesehen.

Überblick des Marktes

Viele Unternehmer haben folgende Situation:

Die Neukundengewinnung kommt nicht in Fahrt, dadurch bleibt Umsatz aus!

Vertrauen & gute Beziehung fehlen!

Optimismus und Eigenmotivation bleibt aus!

Gute Kontakte fehlen!

12 Std. Arbeit am Tag, bei 6 Tagen in der Woche ist normal (70/75Std.KW)

Persönliche Freizeit gibt es nicht mehr!

Spaß an der Arbeit ist ein Fremdwort!

Die Folge davon Jahr für Jahr werden ca. 150000 Unternehmen in dieser Betriebsgröße nur alleine in Deutschland insolvent.

Uns sind diese „Höhen und Tiefen“ bekannt!

Probleme & Chancen

Für uns stellte sich die Frage:

wenn es doch eine Möglichkeit gäbe, wie man als Unternehmer:

- immer wieder an neue Kunden kommt?
- neue Absatzwege aufgezeigt bekommt?
- die Freude am eigenen Geschäft behält?
- finanzielle Freiräume erhalten und somit liquide bleiben kann?
- wie Kontakte vor Ort oder auch europaweit entstehen?

Durch den einfachen Einsatz eines Außendienstes entstehenden bei sehr vielen Unternehmen sehr hohe Vertriebskosten.

Geschäftskonzept

Die Geschäftsidee besteht also im Wesentlichen darin, diese Vertriebskosten durch den Einsatz eines Internetportals mit Unterstützung eines eigenen BFC Telemarketing zu minimieren und einen eigenen BFC Außendienst-Vertrieb effektiv dabei zu nutzen.

Der Wettbewerb im Bereich der Telekommunikation führt dazu, dass die bei der telefonischen Kundengewinnung entstehenden Telefonkosten vergleichsweise gering sind und auch die Nutzung der Marktplätze im Internet somit lediglich Personal- und Verwaltungskosten bei der Preiskalkulation zu Buche schlagen. Die günstigen Telefonkosten sowie Internetkosten und die derzeitige Situation am Arbeitsmarkt, bietet der BFC GmbH die Möglichkeit, Ihre Telesales und Internetportal Leistungen, die letztendlich auf den Marktplätzen zu finden sind, zu attraktiven Konditionen am Markt anzubieten.

Wettbewerbsvorteil der BFC GmbH

Aufgabe der BFC GmbH ist es mit einem ausgeklügelten Marketingsystem dafür zu sorgen, dass unsere Unternehmer, Freiberufler und Vertriebsmitarbeiter sowie Führungskräfte auf eine einfache Art und Weise bessere Geschäfte machen. Dies geschieht durch Kooperationen.

Es gibt bereits einen breiten Kundenstamm, der aus verschiedenen Vertriebszweigen aus den letzten 25 Jahren besteht, sowie Kooperationen mit Vertriebspartnern und auch Nutzer der Internetmarktplätze.

Der Kundenstamm, sowie Kontakte für Vertriebsaußendienstler setzt sich zusammen aus Unternehmen aus den Bereichen exklusiver Konsumgüter sowie aus dem Marktsegment des kartengestützten Zahlungsverkehrs und aus dem Verlauf langjähriger Arbeit im Bereich Telefonmarketing, sowie Kontakten die aus dem Vertrieb seit 1992 existieren.

Die technische Infrastruktur wie PC's und Telefonanlage sowie Mobiliar, CRM System für den gesamten Vertrieb per Telefon in Kombination mit dem Außendienst, 8 aktiven Internetpräsentationen, 112 registrierten Domains, über 5 Mil. eingekaufte Adressen, Abrechnungssystem - WAWI und eigenes Shop System sind bereits vorhanden und bezahlt, so dass nahezu keine Investitionen mehr anfallen. Landingpage und Subdomins sowie das nutzen vom BFC Shopsystem werden den Firmen-Nutzern von Marktplätzen zu Verfügung gestellt.

Alle Firmenlogos wurden in Zusammenarbeit mit einer Rechtsanwaltskanzlei in München für Deutschland und teilweise auch für gesamt Europa als Marke im Patent- und Markenamtes geschützt.

Weitere Projekte sind für Q3 und Q4 2019 bereits in Planung, was die Erweiterung der Webseiten der Marktplätze betrifft.

Geschäftsführung und Führungskräfte

GfG Harald Kimmel

Leitung Vertrieb Deutschland Österreich Schweiz

Leitung IT und Marketing

Herr Günther von der Reus

Langjährige Erfahrung Bereich Softwareentwicklung, Corporate Design

Leitung Vertrieb Südeuropa mit Schwerpunkt Griechenland-Italien

Frau Maria Fameliaris-Tehnen

Langjährige Erfahrung Webdesign, Digital Marketing und Consulting

Leitung Telemarketing

Herr Hans Peter Mitschein

Langjährige Erfahrung im Bereich Telesales für Neukundenakquisition

| Stufe | Titel | Tätigkeit | Einheiten | FK-Anspruch |
|---------|-------------------|--|----------------------------|-------------|
| 4 | Nationaldirektor | Komplette Leitung eines Landes | Je ein Land | **** |
| 3 | Gebietsdirektor | Leitung und Organisation mehrere Gebiete | Von 2,5 Haupt-Plz.Gebieten | *** |
| 2 | Direktor | Organisation und Ausbildung | Von 10 2st. Plz. | ** |
| 1 | Gebietsleiter | Leitung von bis zu 3 Meeting-Points | Von 3 2st.Plz | * |
| A im M. | GL. Stellv. | Meeting-Points | Nachwuchsmanagement | |
| V | Vertrieb | Wie A-V und Aufbau von Nutzern | Europaweit | |
| A - V | Anwärter Vertrieb | Business - Organisationsbereich | | |

Ziele der nächsten 5 Jahre

Aufbau der Marktplätze bis Ende 2018 auf

- 400 Partnerfirmen
- 10 Vertriebspartner
- 0,2 Mio. Euro Umsatz
- 50.000,- € geplanter Gewinn

Aufbau der Marktplätze bis Ende 2019 auf

- 900 Partnerfirmen
- 15 Vertriebspartner
- 0,5 Mio. Euro Umsatz
- 80.000,- € geplanter Gewinn

Aufbau der Marktplätze bis Ende 2020 auf

- 1800 Partnerfirmen
- 50 Vertriebspartner
- 1,2 Mio. Euro Umsatz
- 125.000,- € geplanter Gewinn

Aufbau der Marktplätze bis Ende 2021 auf

- 3500 Partnerfirmen
- 100 Vertriebspartner
- 1,8 Mio. Euro Umsatz
- 300.000,- € geplanter Gewinn

Aufbau der Marktplätze bis Ende 2022 auf

- 6000 Partnerfirmen
- 150 Vertriebspartner
- 2,5 Mio. Euro Umsatz
- 550.000,- € geplanter Gewinn

Mitbewerber

5 bis 25 MG (jegliche Art von Stammtische)

25 bis 200 MG (Bezirksclubs von kl. Städten)

200 bis 500 MG (z.B.;Marketingclub FFM, Club Ruhr, Womens MÜ / FFM)

500 bis 5.000 MG (z.B.; Manager Lounge HH, ROTONDA Köln)

5.000 bis 100.000 MG (z.B.;BNI)

ab 500.000 MG (Rotary Club, Lions Club, Xing)

Lions Clubs International hat inzwischen fast 1,3 Millionen Mitglieder, in 45.000 Clubs in 205 Ländern und Regionen.

Rotary International hat inzwischen fast 1,2 Millionen Mitglieder, in 32.000 Clubs in 168 Ländern und Regionen.

Wettbewerbsvorteil von BFC GmbH

- spezielles Marketingsystem (Umsatzförderungsprogramm)
- Shopsystem
- Vertrieb und Nutzer fördern sich gegenseitig
- Landingpage
- Endverbraucher sind implementiert
- Marktplätze



www.felice21.eu

www.neospelatis.gr

www.sofortneukunden.de

www.baluxx21.eu

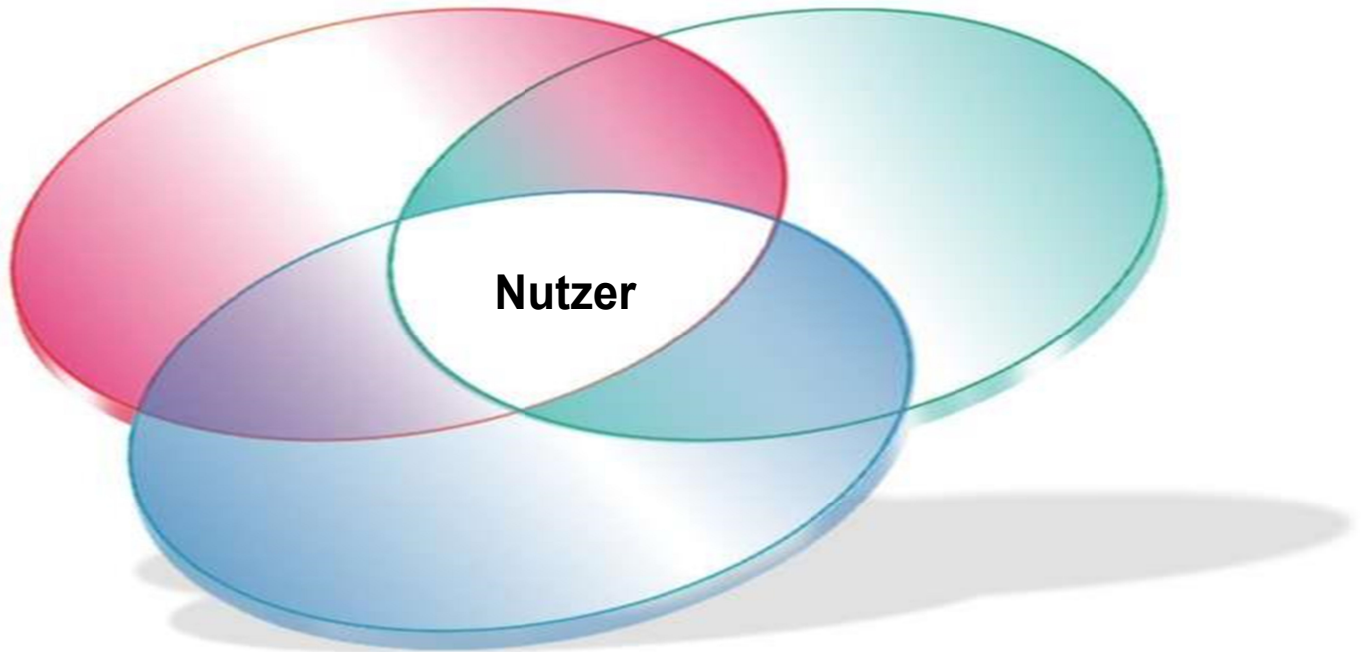
in Planung

www.sofortmarketing.com

Strategie

Telefonmarketing

Empfehlung und Außendienst



Internet

Finanzplan

Alle Kosten werden durch Nutzergebühren und Umsatzbeteiligungen finanziert. Aufbaukosten sind alle ohne Fremdkapital ausgeglichen. Werbungskosten am Anfang sind mit ca. 1000,- € monatlich kalkuliert (Eigen-finanziert) und später ab 2019 7,5 % auf den Umsatz.

Externe Anforderungen

Produkte/Dienstleistungen/Technologien, die außerhalb der Firma erworben werden sind, Steuerberatungsdienstleistungen, sowie Nutzung von anderen Netzwerken wie z.B. Xing, Facebook, Google usw.

Risiken

Risiken sind überschaubar, da eine 25 jährige Erfahrung im Vertrieb mit Neukundenwerbung sowie im Außendienst, als auch im Telemarketing existiert. Das ganze wurde über Jahre auch mit speziellen Management-Seminaren gefestigt.

Kurzfristige Risiken

Duplizierung der Nutzer

Langfristige Risiken

Systeme gut aufzubauen, damit diverse Kontrollsysteme funktionieren.

Marktanteile

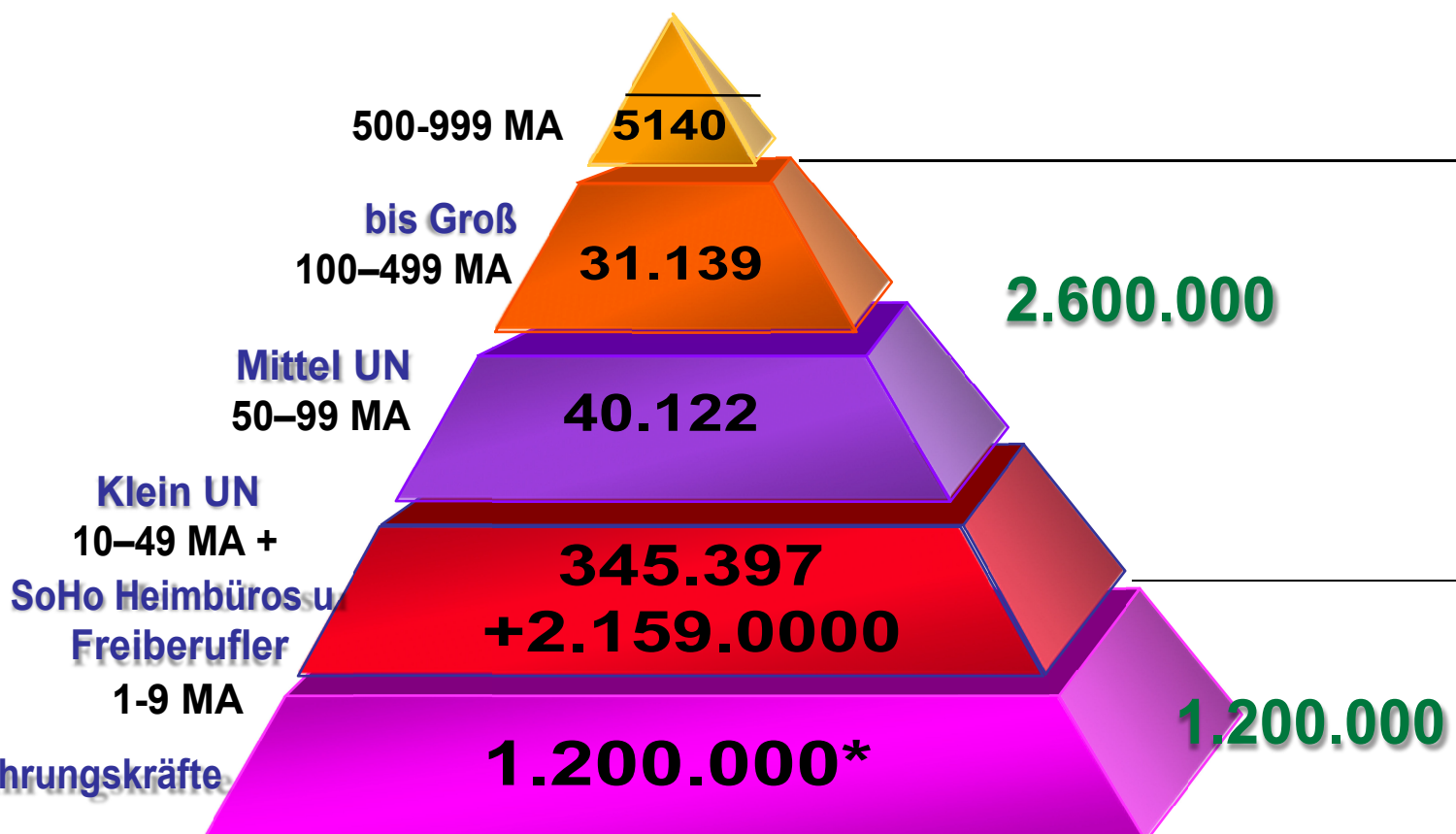
0,92 % der Bevölkerung sind langfristig unser Ziel.

1. In jedem zweistelligem PLZ-Gebiet gibt es ca. 830.000 Menschen mit über 500 Branchen.
2. In Deutschland gibt es fast 100. 2er Plz Gebiete in dem jeweils jede Branche nur 2 mal zugelassen wird.
3. Im Durchschnitt werden pro 2er Plz Gebiet ca.10 bis 15 Führungskräfte aufgebaut, mit jeweils 40 bis 60 Partnerfirmen.
4. Bundesweit ca. 1.500 Führungskräfte bei 80.000 Nutzern.
5. Europaweit 462 Mil. Einwohner zu 500.000 Nutzern bei 10.000 Vertriebspartnern.

Anzahl mittelständischer Unternehmen nur in Deutschland
ca.20% Gewerbetreibende auf die Bevölkerung gerechnet

Ziel = 2% davon

QUELLE: IDC GERMANY 2016





Company Head Office

BG 1505 Sofia / Poduene,
Suhata reka,

Todorini Kukli 1b

Kontakt

E-mail: info@bfcgmbh.com

Steuer ID / Registry Agency Registernummer: BG 204541222