|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Lernfeld** | | **Lernsituation** |
| **5** | **Werben und den Verkauf fördern** | **Maßnahmen der Verkaufsförderung skizzieren** |

|  |
| --- |
| **Ausgangssituation** |



Das Warenhaus Berger ist ein bekanntes Warenhaus in Stuttgart. Das Sortiment des Warenhauses umfasst die Warengruppen Haushalt und Elektro, Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, Schuhe, Spielwaren, Uhren und Schmuck, Sport und Lebensmittel.

In den vergangenen drei Jahren ist jeweils im Februar der Umsatz in der Abteilung Lebensmittel und in der Abteilung Spielwaren stark eingebrochen. Eine Erhöhung der Werbeaktivitäten auf der Unternehmenshomepage und die Schaltung großformatiger Anzeigen in der regionalen Tageszeitung führten nicht zu einer Verbesserung der Situation.

Heute sind Sie und alle anderen Auszubildenden des 1. Ausbildungsjahres zu einem Gesprächstermin bei Herrn Berger im Büro eingeladen. Herr Berger teilt Ihnen Folgendes mit:

*„So kann das nicht weitergehen! Wir müssen uns etwas einfallen lassen! Werbung alleine scheint nicht auszureichen! Überlegen Sie sich für jede Abteilung drei Maßnahmen, mit denen wir dem Umsatzrückgang im Frühjahr entgegenwirken können!“*

|  |
| --- |
| **Aufträge** |



1. Setzen Sie sich mit zwei anderen Azubis aus Ihrer Abteilung zusammen und bilden Sie eine 3er-Gruppe. Informieren Sie sich mithilfe des beiliegenden Artikels über das Thema Verkaufsförderung.
2. Diskutieren Sie in Ihrer Gruppe, worin sich Werbung und Verkaufsförderung unterscheiden. Diskutieren Sie anschließend, welche Maßnahmen für Ihre Abteilung sinnvoll sein könnten. Entscheiden Sie sich für *drei konkrete Maßnahmen* und schreiben Sie jede auf eine Metaplankarte (⌛ 10 Min.).
3. Schließen Sie sich mit einer Gruppe zusammen, die sich ebenfalls Maßnahmen für Ihre Abteilung überlegt hat. Vergleichen Sie die Ergebnisse Ihrer beiden Gruppen und entscheiden Sie sich für *drei Maßnahmen* (⌛ 8 Min.).
4. Schließen Sie sich erneut mit einer Gruppe Ihrer Abteilung zusammen. Vergleichen Sie Ihre Ergebnisse und wählen Sie *drei Maßnahmen* aus, von deren Wirksamkeit Sie Herrn Berger überzeugen wollen (⌛ 8 Min.).
5. Bestimmen Sie eine/n Gruppensprecher/in, welche/r die von Ihnen vorgeschlagenen Maßnahmen präsentiert und Herrn Berger und die anderen Azubis von der Wirksamkeit der gewählten Maßnahmen überzeugt.

|  |
| --- |
| **Datenkranz** |

Auszüge aus dem Warenwirtschaftssystem (WWS):

|  |  |
| --- | --- |
| **Abteilung: Lebensmittel** | |
| Abteilungsleitung: Frau Fischle | |
| Warenbereiche: 9 | |
| L01 | Milch, Milcherzeugnisse, Eier |
| L02 | Brot und Backwaren |
| L03 | Obst und Gemüse |
| L04 | Getränke |
| L05 | Reis und Getreideerzeugnisse |
| L06 | Teigwaren |
| L07 | Kaffee, Tee, Kakao |
| L08 | Süßwaren |
| L09 | Gewürze |

|  |  |
| --- | --- |
| **Abteilung: Spielwaren** | |
| Abteilungsleitung: Herr Kimmerle | |
| Warenbereiche: 10 | |
| S01 | Babyspielzeug |
| S02 | Autos und Eisenbahn |
| S03 | Holzspielzeug |
| S04 | Puppen |
| S05 | Spiele und Puzzle |
| S06 | Kuscheltiere und Teddys |
| S07 | Lernen und Experimentieren |
| S08 | Spielen im Freien |
| S09 | Kostüme und Verkleiden |
| S10 | Basteln und Malen |

|  |
| --- |
| ***EINZELHANDEL AKTUELL***  **🞚 Sonderausgabe zum Thema Verkaufsförderung 🞚** |
| *ein Beitrag von unserem Sales Promotion-Spezialisten* *Björn Börge*  ***Werbung alleine reicht nicht***   * ***packen Sie den Kunden vor Ort!***   Als Verkaufsförderung (Sales Promotion) werden alle Maßnahmen bezeichnet, die zur Erhöhung der Verkaufszahlen eines Artikels führen. Die Verkaufsförderung soll den Kunden am Ort des Verkaufs (auch als POS (= Point of Sale) bezeichnet) zum Kauf „überreden“. Durch verkaufsfördernde Maßnahmen können Werbemaßnahmen ergänzt werden. Es sollte gut überlegt werden, welche verkaufsfördernde Maßnahmen zum Sortiment des Einzelhändlers und seinen Kunden passen. Der Einsatz verkaufsfördernder Maßnahmen sollte punktuell erfolgen und kann so kurzfristig den Absatz steigern.  Um Verkaufsförderung mit dem Kunden zu betreiben, steht Ihnen als Einzelhändler eine Vielzahl an Maßnahmen zur Verfügung, z. B.:   * Anbieten von Verkostungen, Produktproben * Durchführung von Gewinnspielen, Verlosungen * Abgabe von Werbegeschenken * Lautsprecherdurchsagen * Veranstaltungen mit Prominenten * Verteilung kostenloser Kundenzeitschriften * Plakate am POS * Einsatz von Werbeträgern, wie z. B. Einkaufstüten * Organisation und Durchführung einer Aktion, z. B. einer Modenschau * Aufstellen von Regalstoppern, Displays * Abgabe von Gratiszugaben beim Kauf eines Produkts * Auslage von Handzetteln und Prospekten * …   Als Beispiel einer erfolgreich durchgeführten verkaufsfördernden Maßnahme sei an dieser Stelle die am 1. Samstag im Januar durchgeführte Autogrammstunde des Sporthauses Wacker erwähnt. Von 10 bis 20 Uhr konnten sich die Kunden nach dem Kauf eines Artikels der Marke Tiger ein Autogramm eines bekannten Fußballstars abholen. Die Kunden waren begeistert und standen Schlange!  Legen Sie los! Es lohnt sich. |