

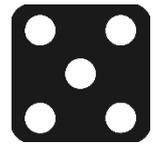
Lernsituation	
WKE-LF05	Maßnahmen der Verkaufsförderung skizzieren

Situation

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.

Sie sind Auszubildende zur Verkäuferin bzw. Auszubildender zum Verkäufer im ersten Ausbildungsjahr beim Warenhaus Berger.

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 das Schalten von Anzeigen in der regionalen Tageszeitung führten nicht zu einer Verbesserung der Situation.



Heute sind Sie und alle anderen Auszubildenden des ersten Ausbildungsjahres zu einem Gesprächstermin bei Herrn Berger eingeladen. Er 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

- Sie arbeiten mit zwei weiteren Auszubildenden aus Ihrer Abteilung in einer 3er-Gruppe zusammen:

 - Diskutieren Sie in Ihrer Gruppe, worin sich Werbung und Verkaufsförderung unterscheiden.
 - Diskutieren Sie, welche Maßnahmen der Verkaufsförderung für Ihre Abteilung sinnvoll sein könnten.
 - Entscheiden Sie sich für drei konkrete Maßnahmen und notieren Sie jede auf einer Metaplankarte.

⌚ 10 Min.
- 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.

⌚ 5 Min.
- 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.

⌚ 5 Min.
- Bestimmen Sie eine Gruppensprecherin bzw. einen Gruppensprecher, welche bzw. welcher die von Ihnen vorgeschlagenen Maßnahmen präsentiert und Herrn Berger und die anderen Auszubildenden 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 die Kunden vor Ort!

Als Verkaufsförderung (Sales Promotion) werden alle Maßnahmen bezeichnet, die zur Erhöhung der Verkaufszahlen eines Artikels führen. Die Verkaufsförderung soll die 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 Kundinnen und Kunden passen. Der Einsatz verkaufsfördernder Maßnahmen sollte gezielt erfolgen und kann so kurzfristig den Absatz steigern.

Um Verkaufsförderung zu betreiben, stehen Ihnen als Einzelhändlerin bzw. 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
- Organisation und Durchführung einer Aktion, z. B. einer Modenschau
- Abgabe von Gratiszugaben beim Kauf eines Produkts
- ...

Als Beispiel einer erfolgreich durchgeführten verkaufsfördernden Maßnahme sei an dieser Stelle die am ersten Samstag im Januar durchgeführte Autogrammstunde des Sporthaus Wacker erwähnt. Von 10 Uhr 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.