

Impulse für Ihre Aktionen-Planung

Seien Sie sich bitte bewusst, dass Aktualität auch im Detailhandel nicht Zufall, sondern immer das Ergebnis von Planung und Kreativität ist. Das gilt auch und besonders für die Aktionen-Planung, die Ihnen klare Vorteile bringt:

- Vermeidung von Hektik durch gezielt geplante Aktionen
- Ausschöpfung von Umsatzreserven
- Nutzung von zusätzlichen Verkaufs-Chancen
- Kunden- und saisonbezogen aktuelleres Profil

Eine wirkungsvolle Aktionen-Planung wird schon mit wenigen Punkten machbar:

1. **Teilen Sie** ihre Jahresplanung in vier Quartale ein. Dazu reicht ein A4-Blatt Papier für jedes Quartal.
2. **Notieren Sie** auf diesen Blättern, was in den drei Monaten pro Quartal aktuell ist (vgl. beiliegende Übersicht.). Übrigens bringt dieser Arbeitsschritt im Team viel bessere und ergiebigere Resultate!
3. **Übertragen Sie** Ihre Themen in eine einfache Terminübersicht, die Sie in jeder Papeterie erhalten.
4. **Komplettieren Sie** jedes Thema mit geeigneten Artikeln und Artikelgruppen: (Vgl. dazu beiliegende Übersicht)

Jetzt erst geht's ans Kreative! Kälte, Grippe usw. sind nur Arbeitstitel. Jetzt brauchen Sie zündende Ideen und Argumente: Grippe, nein danke! Jetzt wichtig: Vitamine tanken! Für coole Snöber und heisse Skater! Ein erster zarter Frühlingsgruss! Überraschen Sie heute mit einem Fondue! Auch das klappt im Team besser, denn zwei Köpfe bringen dreimal so viele Ideen wie ein Kopf!

Und ganz wichtig: Für jede Aktivität müssen die Termine (von ... bis ...), der Wareneinsatz (bestehende und zusätzliche Produkte/Sortimentsteile), die vorgesehenen Standorte, die Plakate, ev. eingesetzte 2. Verkaufspunkte, ev. Schaufensterdekorationen usw. sowie die für die einzelnen Arbeiten verantwortlichen Personen in einem einfachen Aktivitätenplan festgehalten werden.

Ideen für Ihre saisonale Verkaufsförderung

Fest- und Feiertage

Neujahr, Drei Könige, Valentinstag, Tag der Kranken, Ostern, Weissler Sonntag, Konfirmationen, Muttertag, Auffahrt, Pfingsten, Halloween, Advent, Weihnachten, Silvester und regional wichtige Feiertage.

Regionale, lokale Feste

Ausstellungen, Messen, Feste, kulturelle Anlässe, Bräuche, Sportveranstaltungen, Club-Feste, Chilbi usw. usw.

Aktualitäten und Verkaufsthemen

Kälte, Schnee, Wintersport, Vitamine tanken/Grippewetter, Fasnacht, Frühlingsvorböten, Frühling, erwachende Natur, Fitness, Sport, draussen sein, Grillfest, Wandern, Sommeranfang, Hitzetage, Baden, Reisen, Touristen, Schulanfang, lange Abende, zu Hause sein, Kochen, Schenken, Angebot des Tages, der Woche usw.

Ideen-Inputs für Produkte (Food / Nearfood)

Januar: Vitaminreiche Früchte und Gemüse, Vitamin C-Produkte, Fertig-Fondues, deftige Wurstspezialitäten für kalte Tage, Dreikönigskuchen, Fasnachtschüechli, Teesorten usw. Aber auch Produkte und «Aufsteller-Ideen», die für Sonne, Wärme und Ferien stehen: italienische, mexikanische, spanische, französische Spezialitäten. Motto: Dem grauen Alltag ein Schnippchen schlagen. Übrigens: Wie wäre es, wenn Sie einmal ein spezielles Brot speziell herausheben und degustieren lassen würden? Zum Beispiel eine spezielle Sorte oder Ihr avec.-Brot. Erklären Sie dabei, was Ihr Brot speziell und einmalig macht!

Februar: Früchte- und Gemüse: Die ersten Frühlingsboten sind da. Osterüberraschungen für grosse und kleine Geniesser. Der sympathische Ostergruss. Die pfiffige Oster-Überraschung. Fruchtsäfte als natürliche Muntermacher präsentieren und degustieren. Wärschafte Suppen-Snacks und Suppen-Znacht. Geniessen wie Gott in Frankreich: Käse, Brot, Nüsse und ein ausgewählter Rotwein als «Ideenpaket» speziell präsentieren.

März: Ein enorm wichtiges Thema ist jetzt Fitness (vitaminreiche Produkte, isotonische Getränke, Säfte, Müesli, Joghurts, Knäckebrot, Trockenfleisch) und alle Hinweise auf gesund, schlank, aktiv (der leichte Snack, fein und fit, gesund, herrlich bekömmlich, von Natur aus gut, für aktive Menschen usw. usw.) Und nicht vergessen: Osterspezialitäten mit Pfiff!

April: Osterartikel rasch ausverkaufen (nach Ostersonntag auch mit Rabatten kaum mehr verkäuflich!) Frühlingsferien (Sonnencrème und Pflegeprodukte). Frühlingspezialitäten im Früchte- und Gemüse-Bereich speziell hervorheben. Spargelzeit!! (Zusatzartikel nicht vergessen: Passende Weissweine, Saucen, Mayonnaise, Rohschinken usw.). Pic Nic-Artikel werden wichtig. Sommer-Schokolade und -Glacé-Spezialitäten disponieren. Grill-Saison jetzt vorbereiten und je nach Wetter rasch einrichten.

Mai: Wichtige Themen sind jetzt: Grillzeit (Würste u.a. Grillspezialitäten, Senf, Grillgewürze, Alufolien, Einweggeschirr, ev. auch Holzkohle und Anzündwürfel), Sonnenschutzmittel, In-

©

TOBLER
TOBLER

29.11.01

sektensprays und -schutz, leichte Snacks inkl. Birchermüesli, Joghurts und Vegi-Snacks, Tutti-Frutti, Dauerwurstwaren (ganz und geschnitten), Beutelsalate, Salatsaucen, Apéro-Gebäck, Ice-Teas, Mineralwasser, Fruchtsäfte, Weiss- und Rosé-Weine, Bier, Fruchtbonbons, Sommer-Schokolade, Früchte (unbedingt als Einzelstück-Verkauf präsentieren!), Erdbeeren (machen jetzt bis zu 20% des Früchte-Umsatzes aus! Ev. im Verbund mit Tortenböden, Fruchtmark und Vanillecrème präsentieren), Spargeln (im Verbund mit Mayonnaise, Schinken und Wein).

Juni: Tomaten (sie machen momentan über 10 % des Gemüseumsatzes aus! Ev. im Verbund mit Basilikum, Olivenöl und gutem Essig präsentieren. Öle und Essig (spez. Aceto Balsamico) sind echte Trendartikel, die gern auch verschenkt werden!). Sehr wichtig sind jetzt alle Reiseartikel (Erfrischungstüchlein, Getränke und Zwischenverpflegungen, Mini-Spiele, Verbandmaterial usw.).

Juli/August: Fruchtbonbons und fruchtig frische Kaugummis, Schnitt- und Schachtelkäse, Fleischkonserven, Traiteur-Salate, Joghurts, Birchermüesli, Äpfel, knallig farbige Pic Nic-Eier, Insektenschutz, Sonnencreme, Duschprodukte, Hauptpflegemittel, Grillartikel, Einweggeschirr, Verbandsmaterial, Holzkohle, Zündhölzer, Anzündwürfel, Souvenir-Artikel

September: Wanderzeit, Ferienzeit. Fruchtsäfte, Getränke (auch isotonische!), Ice Tea, Tutti Frutti, Schokolade, Riegel und Ovosport, Knäckebrot, Schwedenbrötchen, Dauerbrote und -wurstwaren, Schachtelkäse, saure Bonbons und Kaugummi, Papierservietten, Erfrischungstüchlein, Verbandmaterial, Sonnenschutzmittel. Im Früchtebereich treffen jetzt die Herbstspezialitäten ein (gutes Verkaufsargument!). Regionale Spezialitäten für Touristen (gute Gelegenheit, allfällige Überbestände jetzt auszuverkaufen!), generell jetzt Sommerartikel ausverkaufen um das Sortiment zügig auf Herbst und Winter auszurichten (Dispositionen treffen!).

Oktober/November: Währschafte Fertiggerichte und Menü-Ideen, Tee, vitaminreiche Fruchtsäfte, Bonbons in Wintermischungen, Winterschokolade, Raclette-Käse portioniert, Fondue-Fertigmischung, kräftigere Rotweine (Rosé ev. zurücknehmen), Hustenbonbons, Papiertaschentücher, erste Weihnachtsvorboten, erntefrische Apfel- und Birnenspezialitäten (erntefrisch als Plakat-Argument verwenden!) im Früchte-Bereich speziell hervorheben, das Früchte-Angebot jetzt mit Nüssen, Feigen, Datteln und Trockenfrüchten profilierend ergänzen

Dezember: Klausensäcke zum selber zusammenstellen (Mandarinen, Baumnüsse, Erdnüsse, Lebkuchen, Schokolade usw.) gut aufgezogen, bringt viel Umsatz und Profil! Speziell hübsch präsentierte exotische Früchte und feine Gemüse, lokale Spezialitäten, Dessert-Spezialitäten, Tee-Spezialitäten, festliche Weine, Schaumweine/Champagner, Spirituosen, hübsche Tischdekorationen (Sets aus Kerzen und Servietten, Achtung: rechtzeitig ausverkaufen!!), Rauchlachs, Fondue-Fertigmischung, Nüsse, Feigen, Datteln, Dörrfrüchte, Mandarinen, Orangen, Pralinés, Bonbons-Schachteln, Apéro-Gebäck, Honig-Spezialitäten und restlos alles, das Sie mit dem Motto «Weihnachten» verbinden und anpreisen können.

©

TOBLER
TOBLER

29.11.01