

Definitionen der Verkaufsförderung

VERKAUFSFÖRDERUNG ist ein **Marketing**-Instrument, das kurz- und langfristig durch personen- und / oder sachbezogene Leistungen Verkaufsorganisationen, Absatzmittler und Verbraucher / Verwender informiert und beeinflusst, um den Kauf- / Verkaufsentscheid auszulösen.

Gliederung

- 1. Die Unternehmens- / Aktionsbasis**
- 2. Das Planungskonzept**
- 3. Die Kontrollmechanismen**

Zeithorizont (alternativ)

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Briefing / Rebriefing

- **Fundamentale Daten**
- **Situationsanalyse**
- **Problemdefinition**
- **Aufgabenstellung**
- **Zielformulierung**
- **Retrospektive / Erfahrungshistorie**
- **Planungshilfen**



Zielgruppen

Unternehmen

Innendienst

Außendienst

Absatzmittler

evtl. 1. Stufe

und 2. Stufe

Konsument

Käufer

Verwender

Zwischenschritt Durchführung

! Aufgabenplanung

- Teamzusammensetzung
- wer macht was bis wann

! Einsatzplanung

- Mittel
- Personal
- Ware

! Juristische Überprüfung

- Wettbewerbsrecht
- Einstweilige Verfügung
- Alarmplan

! Zeitplan / -Kontrollen

! Pretest / Aktionstest

Innendienst / Außendienst Ziele

- z. B.**
- Erhöhung der Warenkenntnis
 - Verbesserung von Verkaufs- und Argumentationstechnik
 - Erhöhung des Einsatzwillens und Stimulierung der Verkaufsanstrengung über materielle Anreize
 - Hinlenkung auf nachdrückliche Forcierung bestimmter Artikel
 - Weiterleitung wichtiger Produktinformationen an Abnehmer
 - Festigung der Kundenbeziehungen und Gewinnung neuer Kunden

Verkaufsförderung

Repetitorium

Verkaufsorganisation

Mittel/Maßnahmen



1. Organisationsmittel

- Besuchsablauf
- Karteikarte, Organizer
- Berichtswesen, Laptop

2. Verkaufsausrüstung

- Verkaufshandbücher
- Hard- / Software
- Demo-Material
- Salesfolder
- Argumentensammlung

3. Ausbildung

- Schulung
- Training
 - Verkauf
 - Fachwissen
 - Wettbewerbswissen
 - Arbeitstechnik
 - Rhetorik / Dialektik
 - Verkaufspsychologie
 - Persönlichkeit
- Information



4. Tagungen / Konferenzen

- Jahrestagung
- Starttagung
- Regionalkonferenz

5. Wettbewerbs- / Prämiensysteme

- Gehalt + Prämie
- Verkaufswettbewerbe
- Stück- / Akquiseprämie
- Incentives

6. Teambildung

- Mehrleistung
- Außendienst / Innendienst

7. Unterstützende Maßnahmen

- Zusatzpersonal
- Entscheidungsspielraum
- Dekorationsmittel
- Ausstellungen
- Give aways
- Events

Absatzmittler Ziele

- Neuaufnahme einzelner Angebote ins Sortiment
- Herausstellung bestimmter Produkte oder Leistungen durch verkaufsaktive Warenpräsentation am POP
- Verkaufsbeschleunigung durch Preisvariation
- Erhöhung der Lagerhaltung
- Erhöhung der Produkt- und Marktkenntnisse
- Beratung in betriebswirtschaftlichen Fragen
- Verbesserung von Verkaufs- und Argumentationstechnik
- Intensivere und überzeugendere Beratung der Kunden
- Sichtbarmachung der Erfolgswahrscheinlichkeit eines Angebotes
- Belebung für den POP im ganzen

Reinverkauf

- Handelsmessen
Börsen der Filialisten
- Messen
- Händlerkonferenzen
- Handelswettbewerbe
- Preisausschreiben
- Zielpersonenwettbewerbe
- Ordersatzbeilagen
- Verkaufsrunden
- Special Events

Rausverkauf

- Themen-Aktionen
- Dekoration / Merchandising
- Display (allg. / technisch)
- Zweitplatzierungen
- Stumme Verkäufer (trad. / techn.)
- Prospekte
- Bedarfsbündel
- Verbundaktionen
- Sonderangebote
- Ladenfunk / -TV
- Werbegeschenke
- Kostproben
- Gewinnspiele
- Aktionskünstler / -Show
- Kundenzeitschrift
- Gemeinschaftswerbung

Konsument Ziele

- z. B.**
- Bekanntmachung mit einem Produkt oder einer Leistung
 - Überzeugung von der Leistungsfähigkeit eines Angebots
 - (Wieder) Erweckung des Interesses für ein Angebot oder einen Verwendungszweck
 - Kauf eines Produktes zu
 - einem bestimmten Zeitpunkt
 - in einer bestimmten Größe
 - bei einem bestimmten Markt
 - Änderung bestehender Kaufabsichten
 - Gewinnung von Empfehler-Instanzen
Meinungsbildner
 - Tätigkeit höherer und / oder regelmäßiger Einkäufe

Konsument Mittel / Maßnahmen

- Preisausschreiben
- Gutscheinaktionen
- Hauswurfsendungen
- Handzettel als Beilagen
- Warenproben / Geschenkpackung
- Zugaben
- Self Liquidating Offer
- Packung
- Bedienungs- / Gebrauchsanleitung
- Einkaufstips / -Ratgeber
- Lehrveranstaltung
- Kundenausstellung
- Resonanzmessung
- Kundenclubs
- Werksverkauf / Factory Outlet

Neue Medien

! Kabelmedien

- Internet
- Telefax
- Kabel TV

! Funkmedien

- Satelliten TV
- Mobilfunk / WAP

! Audiovisionsmedien

- CD-ROM (Info / Spiele, etc.)
- POI- / POS-Systeme / Kiosk-Systeme

! Online

- Internet (Email, Communities, Gewinnspiele, E-Commerce)
- interaktives Fernsehen (Set-Top-Boxen)

Kontrolle

- Distribution
- Abverkauf
- Produktinfo an Verbraucher
- Produktpräsentation
- Einstellung Handel
- Aktionsresonanz allgemein
- Zusammenarbeit AD
- Einsatz neuer Medien und Bewertung
- Kostenerfassung und DB-Rechnung