

VERKAUFSAKTION PLANEN 1/3

Du musst als Verkäufer oder Verkäuferin auch verkaufsfördernde Maßnahmen, also Aktionen planen, die sowohl regional als auch saisonal sein können. Jetzt muss man erst mal wissen, was bedeutet dann eigentlich regional und saisonal? Saisonal bedeutet auf jeden Fall, dass es eine Saison ist. Und Saison, da kannst du dich ruhig an dem aktuellen Saisonkalender vom Obst und Gemüse orientieren. Und wenn du mal schaust, wenn du schon seit ein, zwei Jahren in deinem Unternehmen arbeitest, dann weißt du, dass so im Mai immer die Erdbeerzeit ist.

Angenommen, wir machen eine Erdbeeraktion, dann können wir diese Erdbeeraktion nicht im Dezember machen. Erstens würden wir gar keine Erdbeeren bekommen und zweitens werden die Erdbeeren auch viel zu teuer und auch überhaupt nicht nachhaltig. Sie hätten also keinen guten ökologischen Fußabdruck, weil wir sie einschiffen müssen aus Spanien oder aus Ländern, wo es im Winter schön warm ist. Deshalb wichtig, saisonale Aktionen immer so planen, wie auch das Obst oder das Gemüse gerade dann auch verfügbar ist. Also wäre die Erdbeeraktion immer im Mai, im Juni, davor kommt meist der Rhabarber. Und zum Herbst hin wird es meistens die Pflaume. Mit der Pflaume kommt übrigens auch immer die Wespenzeit.

Saisonal ist nicht nur Obst und Gemüse, sondern saisonal kann auch Weihnachten sein, Ostern, Himmelfahrt oder auch Herrentag genannt. Da kann man dann für die Papas mal was vorbereiten. Der Muttertag ist meistens jetzt nicht wirklich saisonal bedingt, aber der zählt schon zu den Aktionsplanungen auch mit rein. Denn Muttertag kommen viele Kunden zu euch. Da müsst ihr immer daran denken, dass ihr ausreichend Ware habt und immer ein Herzchen formt.

Saisonal haben wir erstmal abgehakt, kommen wir zu Regional. Regional kann zum Beispiel sein Spreewald-Aktion, wäre bei uns jetzt im Raum Berlin sehr aktuell. Oder unten Oktoberfestzeit, beim Thema Karneval kann es sowohl eine regionale als auch saisonale Aktion sein. Das ist immer ein bisschen schwierig, da den richtigen Unterschied zu finden. Aber regional ist größtenteils immer aus regionalem Anbau. Oder wie beziehen es von einem Bauern aus der Region, der vielleicht 20 Kilometer neben uns in einem Nachbarort gerade sein Bauernhof hat und uns die Milch liefert. Das wäre auch regional, Verwendung von regionalen Rohstoffen. Auch damit kann man eine Aktion planen. Denn die Kunden legen hohen Wert auf Regionalität, biologischen Anbau und gerade diese Kunden kommen aktuell zu uns.

Du musst aber nun wissen, wie man solche Aktionen denn genau plant. Das Wichtigste ist, du brauchst erstmal überhaupt ein Thema. Genauso wie zu deiner Abschlussprüfung brauchst du auch für saisonal und regional ein Thema, wenn du Aktionen planst. Wir nehmen mal die Erdbeerkuchenzeit. Wichtig ist, wir wissen jetzt das Thema Erdbeerkuchen.

VERKAUFSAKTION PLANEN 2/3

Aber was wollen wir denn verkaufen? Also welche Produkte möchtest du denn zu deiner saisonalen Aktion anbieten? Da machst du ein sogenanntes Brainstorming und gehst erstmal durch: Erdbeerkuchen, Erdbeertörtchen, Erdbeerplunder, Erdbeersahneschnitte, eine Erdbeertorte. Eventuell habt ihr auch Eis im Angebot, sodass ihr ein Erdbeereis anbietet oder, oder, oder... Diese Produkte musst du erstmal sammeln für dich. Denn auch in der Abschlussprüfung kann es passieren, dass dort steht, dass du eine Aktion planen sollst und welche Produkte du dafür verwenden möchtest. Deshalb immer wichtig, achte darauf, dass du dir da genug Gedanken machst dazu und auch nicht nur ein Produkt hinschreibst, sondern schreib lieber ein paar mehr.

Als nächstes ist es wichtig, sich um die Werbemaßnahmen zu kümmern. Was kann man denn machen? Macht man einen Sonderstand oder schreibt dir Plakate dazu? Habt ihr kleine Aktionsflyer, die ihr einsetzt? Bewerbt ihr es auf Social Media? Habt ihr eine Radiowerbung? Verteilt ihr an der Ampel eventuell kleine Kostproben, weil ihr gerade eine Hauptstraße in der Nähe habt? Es gibt viele, viele Varianten. Du musst ein bisschen kreativ sein dabei. Wichtig ist, dass du etwas hinschreibst, was Sinn ergibt, aber dass du etwas hinschreibst. Und wenn da nur steht, ich plane ein Plakat. Ich plane einen Flyer. Nichts ist schlimmer, als wenn du in der Abschlussprüfung gar nichts hinschreibst.

Als nächstes musst du auch bei einer Aktion, wenn du sie planst, Personal planen. Denn wenn du natürlich mehr verkaufst, brauchst du auch ein bisschen mehr Personal. Wenn du einen Sonderstand machst, brauchst du natürlich ein bisschen mehr Personal. Denn das Personal muss auch zusätzlich diesen Sonderstand bespielen. Deshalb wichtig, bei der Antwortfindung musst du dann auch mit reinschreiben, ich muss zusätzliches Personal planen. Oder mir wenigstens die Frage stellen, brauche ich für meine Aktion zusätzliches Personal?

Wichtig ist auch, wie viele Produkte brauchst du für deine Aktion? Das heißt, wenn du Erdbeerkuchen planst und du hast normalerweise 20 Stücken immer im Bestand, dann musst du für eine Aktion, wenn du es bewirbst, natürlich 40 oder 60 Stücken planen. Oder noch besser 100. Und dann bietest du sie an: du hast sie mit Plakaten unterstrichen. Du hast dem Kunden was dazu erzählt. Du machst Zusatzverkauf an der Theke und erzählst ihnen wie wunderbar euer Erdbeerkuchen schmeckt mit einer wunderbaren, frisch aufgeschlagenen Sahne und dass du ihm das jetzt im Kaffee anbietest, mit einem schönen Matcha Latte Erdbeergeschmack dazu. Das wäre die perfekte Aktionsplanung für deine Erdbeerzeit. Und bietet natürlich dem Kunden auch die Möglichkeit, noch andere Dinge zu probieren. Vielleicht machst du auch ein Erdbeerbrot, das machen auch einige. Sei da einfach ein bisschen kreativ und versuche auch ein bisschen zu überlegen, was du genau hinschreiben kannst oder dann auch dementsprechend planen kannst. Denn ohne Planung funktioniert es leider nicht.

VERKAUFSAKTION PLANEN 3/3

Und das Allerwichtigste kommt zum Schluss. Du brauchst natürlich auch ein Budget. Also wenn du eine Aktion planst, dann musst du natürlich auch ein gewisses Budget einplanen. Du kannst ja jetzt nicht sagen, ich bestelle jetzt einfach so 100 Stücken Erdbeerkuchen, weißt aber, dass du anhand deiner Kunden, weil es nicht so viele sind, nur maximal 40 verkaufst und schickst du ja 60 in die Retoure. Und das bedeutet, du machst mehr Verlust, als du eigentlich mit dieser Aktion erreichen möchtest. Deshalb wichtig, genau mit den Zahlen umgehen. Genau Budgetplanung! Wie viel Budget habe ich auch, um die Flyer zu erstellen, um den Sonderstand zu haben? Wie viel Budget benötige ich für etwaige kleine Kamerateams oder für den Social Media Auftritt? Vielleicht kann ich auch auf Social Media einen Beitrag bewerben, dass er noch ein bisschen mehr Reichweite erhält. Aber dafür brauchen wir Geld und ein Budget. Das kannst du nicht selber festlegen, aber das würde dir dein Chef vermutlich sagen. Deshalb wichtig für dich als Punkt: Budget.

Zum Abschluss fasse ich nochmal alle wichtigen Punkte zusammen. Aktionsplanung, folgende Sachen solltest du darauf achten: Welche Produkte bietest du an? Welche Werbung machst du? Brauchst du zusätzliches Personal und welches Budget hast du dann zur Verfügung?