

KOOPERATIONSPARTNER UND PROJEKTRÄGER

KOOPERATIONSPARTNER

Das Projekt erfolgt in enger Kooperation mit folgenden Landkreisen und Städten



und dem Handelsverband Bayern



gefördert von:



ESF IN BAYERN
WIR INVESTIEREN IN MENSCHEN



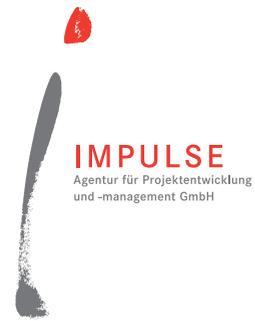
IMPULSE
Agentur für Projektentwicklung
und -management GmbH

IMPULSE – Experten für den inhabergeführten Mittelstand

- Wir entwickeln Qualifizierungs- und Beratungsprojekte
- Wir beraten beim Aufbau strategischer Personalentwicklung
- Wir bieten praxisorientierte Qualifizierungen und Weiterbildungsberatung

Als Ansprechpartner steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Norbert Hertrich
IMPULSE GmbH
Karl-Grillenberger-Str. 1
90402 Nürnberg
Tel.: 0911 20 29 548
Fax: 0911 21 10 701
E-Mail: nhertrich@impulse-agentur.de



IMPULSE
Agentur für Projektentwicklung
und -management GmbH

Qualifizierungsprogramm

EIFO – Einzelhandelsfortbildungen in Unter- und Mittelfranken



EINZELHANDEL IN UNTER- UND MITTELFANKEN

Der inhabergeführte Einzelhandel ist in den Klein- und Mittelstädten in Unter- und Mittelfranken bis heute stark vertreten. Er sichert dort die lokale Angebotsvielfalt, stellt qualifizierte Arbeitsplätze bereit und erhöht die Attraktivität der Orte für Bewohner und auswärtige Besucher.

Doch er steht unter vielfältigem Konkurrenzdruck, die gewandelten Bedürfnisse der heutigen Konsumenten nach „Einkaufserlebnissen“ lassen den Facheinzelhandel nicht unberührt. Um im lokalen und regionalen Wettbewerb auf Dauer bestehen zu können, muss sich auch der Fachhandel stärker als bisher auf die geänderten Kundenwünsche einstellen.

Für diese Herausforderung ist es vielfach notwendig, neue Qualifikationen zu erwerben, vorhandene aufzufrischen und von anderen Erfahrungen zu lernen.

Das Projekt wird gefördert von der Europäischen Union (Europäischer Sozialfonds) und dem Freistaat Bayern. Die Teilnahme ist deshalb kostenfrei.

Das Projekt läuft bis Februar 2014, pro Ort stehen etwa 12–14 Monate zur Verfügung.

QUALIFIZIERUNGSANGEBOT

Kurse für Inhaber/-innen, Geschäftsführer/-innen, Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen



Das vorliegende Programm ist unterteilt in Seminare für Inhaber/-innen, Geschäftsführer/-innen und Führungskräfte im Einzelhandel und Mitarbeiter/-innen. Die Qualifizierung aller Beteiligten wird bewusst angestrebt, um die gesamte Wertschöpfungskette zu qualifizieren.

Darüber hinaus bieten wir zusätzlich zu den Seminaren und Workshops eine einzelbetriebliche Beratung vor Ort an, in der spezielle Fragen und Probleme mit dem Trainer/Referenten gelöst werden können.

Die jeweiligen Termine und Orte entnehmen Sie bitte dem Beileger zu diesem Programm.

Zusatzangebote

Ergänzt wird die Qualifizierungsreihe durch die überregionalen Workshops zum Erfahrungsaustausch zwischen den Projektteilnehmern und -teilnehmerinnen der beteiligten Orte. Ausgewählte Best-Practice-Beispiele aus dem Projekt werden moderiert und durch die jeweiligen Einzelhändler im Detail vorgestellt sowie hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit diskutiert. Das Ziel ist die wechselseitige Vermittlung guter Praxisbeispiele und eine gegenseitige kollegiale Beratung.

Das Projekt bietet darüber hinaus noch die Möglichkeit per E-Learning ausgewählte Themen zu vertiefen oder vorzubereiten. Hierzu erhalten Sie noch weitere Informationen.

KURSE FÜR INHABER, GESCHÄFTSFÜHRER UND FÜHRUNGSKRÄFTE

1. Betriebspositionierung I

Wo stehe ich mit meinem Betrieb?

Die möglichst vorurteilslose (Er-)Kenntnis der betrieblichen Stärken und Schwächen und des Marktes ist zentrale Voraussetzung für die betrieblichen Planungen. Das Seminar vermittelt branchenspezifische Bewertungskriterien und ermöglicht den Teilnehmern auf der Basis eines Bewertungsbogens die Erarbeitung einer zielgruppenorientierten Selbsteinschätzung.

- ◆ Strategische Fragen für jedes Ladengeschäft
- ◆ Zeitgemäße Kundenerwartungen und deren Auswirkungen
- ◆ Vorstellung eines einfachen Bewertungssystems für den Einzelhandel
- ◆ Nachhaltiger Einsatz und Nutzung dieses Instrumentes



2. Betriebspositionierung II

Wie bringe ich meine Stärken regional zur Geltung?

Die im ersten Teil des Seminars erarbeiteten Erkenntnisse der Stärken-Schwächen-Analyse bilden die Grundlage für einen regionalen Leistungsvergleich und für die Beantwortung der Frage, wo ich mit meinem Betrieb stehe, wie die Konkurrenz analysiert werden kann etc. Die gewonnenen Erkenntnisse liefern die Voraussetzung für die Planung eigener Aktionen. Eine Entwicklungsdokumentation hält die dabei erzielten Ergebnisse fest und macht die durchgeführten Maßnahmen kontrollierbar. In diesem Sinne vermittelt das Seminar das Rüstzeug für ein „Erfüllungsbarometer“ des eigenen nachhaltigen Handelns.

- ◆ Fotovergleich zur neutralen Fokussierung der teilnehmenden Betriebe
- ◆ Einwirkungsmöglichkeiten für Außen- und Innenansicht
- ◆ Darstellung und Vermarktung der Kernkompetenzen
- ◆ Strategische Planung und Bewertung von Aktivitäten

KURSE FÜR INHABER, GESCHÄFTSFÜHRER UND FÜHRUNGSKRÄFTE

3. Schaufenster und Ladeneingang als attraktiver Blickfang



Das Schaufenster ist ein wichtiges Kommunikationsinstrument von Einzelhändlern und Dienstleistern und stellt ein Schlüsselement im Marketing-Mix des Handels dar. Die große Mehrheit der Passanten gibt Ihrem Geschäft genau eine Chance: das ist der Moment, an dem sie – zumeist eher zufällig – Ihr Schaufenster und Geschäft passieren. Das Schaufenster sollte somit nicht nur Informationen vermitteln, sondern Emotionen wecken.



Das Seminar zeigt auf, wie Sie Ihr Schaufenster als Bühne für die Ware nutzen und durch verkaufsaktive und kreative Inszenierungen Kaufanreize schaffen. Die theoretischen Erkenntnisse werden durch praktische Beispiele vor Ort überprüft und vertieft sofern möglich. Die im vorhergehenden Seminar erarbeiteten Inhalte und Ergebnisse insbesondere bzgl. Außen- und Innenansicht werden hier weiter konkretisiert.



- ◆ Die Bedeutung des Schaufensters im Marketing-Mix
- ◆ Fernwirkung – Nahwirkung: Lädt mein Geschäft zum Näherreten und Betreten ein?
- ◆ Sehgewohnheiten und Wahrnehmung unterschiedlicher Zielgruppen und der Einfluss auf das Kaufverhalten
- ◆ Ausschreibung und Beurteilung von Dekorationsleistungen
- ◆ Rundgang an den Schaufenstern der Teilnehmer/Fotobewertung

KURSE FÜR INHABER, GESCHÄFTSFÜHRER UND FÜHRUNGSKRÄFTE

4. Innenraumgestaltung und Käuferführung



Wer den täglichen Kampf um den Kunden gewinnen möchte, muss über emotionale Wareninszenierungen nachdenken. Gekonntes Visual Merchandising schafft einen passenden Rahmen und unterstützt die Wirkung der Ware und des Verkaufsraums. Um sich positiv von der Konkurrenz und dem Internet abzuheben, stellen Authentizität und Individualität bei der Ladengestaltung und der Produktpräsentation einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil dar.

Eine klare Struktur des Angebotes ist dabei ebenso entscheidend für den Verkaufserfolg wie eine harmonische Raumwirkung.

- ◆ Individualität und Erlebniseinkauf kontra Internet – die Kaufentscheidung fällt am POS
- ◆ Visual Merchandising im Marketing- und Kommunikationsmix
- ◆ Ladendramaturgie – „POS-Atmosphäre“ – Einkaufserlebnis als „Waldspaziergang“
- ◆ Blickführung im Verkaufsraum
- ◆ Wie entstehen Warenbilder und Faszinationspunkte
- ◆ Wirkung von Farben im Verkaufsraum
- ◆ Rundgang an den Schaufenstern der Teilnehmer/Fotoauswertung

„Der Unternehmer sieht Chancen, die andere nicht sehen. Er überwindet die Angst vor dem Neuen.“

KURSE FÜR INHABER, GESCHÄFTSFÜHRER UND FÜHRUNGSKRÄFTE

5. Emotionales Verkaufen

Verkaufstraining für Inhaber und Geschäftsführer

Menschen sind verschieden mit ihren unterschiedlichen Wahrnehmungsfiltren und Repräsentationssystemen, doch alle wollen wertgeschätzt werden und positive Emotionen erleben. Entscheidungen werden zu 80 Prozent von Emotionen und nur zu 20 Prozent durch den Verstand beeinflusst. Die Notwendigkeit, emotionale Aspekte beim Verkaufen zu berücksichtigen, liegt auf der Hand. Nach diesem Seminar werden Sie in der Lage sein, unterschiedliche Bedürfnisse Ihrer Kundschaft systematisch und zugleich individuell zu bedienen und Verkaufsgespräche erfolgreicher zu führen.

- ◆ Positive Kommunikation im Verkaufsgespräch
- ◆ Steigerung der Kaufmotivation – Emotion Selling
- ◆ Kundenbedürfnisse ermitteln – der Kunde im Mittelpunkt
- ◆ Umgang mit schwierigen Kunden und Einwänden

6. Up-Selling / Cross-Selling

Umsatzpotenziale ausschöpfen durch Zusatzangebote

Ehrgeizige Umsatz- und Ertragsziele benötigen neben einem wettbewerbsfähigen Angebot und einem hochmotivierten Verkauf vor allem eine gute Strategie. Dabei geht es nicht ums „Aufschwätzen“, sondern um die Entwicklung passender Angebote zusätzlich zum Hauptangebot. In diesem Seminar lernen Sie die verschiedenen Sichtweisen und Möglichkeiten von Zusatzverkäufen kennen.

- ◆ Kundenpsychologie – so schaffen Sie Kaufimpulse
- ◆ So aktivieren Sie Ihre Kunden zum Kauf
- ◆ Idealer Zeitpunkt für das Zusatzangebot
- ◆ Gründe, die zum Scheitern von Zusatzverkäufen führen



KURSE FÜR INHABER, GESCHÄFTSFÜHRER UND FÜHRUNGSKRÄFTE

7. Digitale Vermarktung und Marketing

Attraktives, gezieltes und zeitgemäßes Marketing ist heute ein wesentlicher Erfolgsfaktor im Einzelhandel. Dazu gehört für den Fachhandel auch die Nutzung der Möglichkeiten der digitalen Vermarktung. Das Seminar behandelt Fragen der konkreten Anwendbarkeit und der Einbettung des Online-Marketings in Ihr Gesamtkonzept.

- Marketingkonzept als Grundlage
- Anforderung an eine zeitgemäße Homepage als Einzelhändler
- Suchmaschinenoptimierung
- Möglichkeiten der digitalen Vermarktung anhand praktischer Beispiele

8. Selbstführung und Führung

Gerade in kleinen und mittleren Betrieben ist der Chef bzw. die Chefin das Herzstück, die Abläufe und Vorgänge tragen seine bzw. ihre Handschrift. Nur wer sich selbst führen kann, kann andere führen und motivieren!

- Erste Schritte für eine funktionierende Selbstorganisation im Zeitmanagement
- Der Arbeitsplatz als Spiegel der Chefproduktivität
- Mitarbeitergespräche gekonnt planen und vorbereiten
- Mitarbeitergespräche durchführen – nur wenn Mitarbeiter wissen, was von ihnen erwartet wird, können sie dies erfüllen
- Maßnahmen der Teambildung

9. Events im Laden – kreative Ideenfindung und Umsetzung

Kreative und originelle Veranstaltungen bieten dem Kunden etwas Besonderes. Sie sind ein erfolgversprechendes Instrument zur Kundengewinnung und -bindung. Damit Events nicht nur Zeit und Kraft kosten, sondern auch messbaren Nutzen bringen, bedarf es einer professionellen Umsetzung. Dieser Workshop dient zur gemeinsamen Ideenfindung und Umsetzung von kleinen Veranstaltungen im Ladengeschäft.

- Vorteile von Events
- Rahmenbedingungen für erfolgreiches Brainstorming
- Strategische Hinweise für die Planung und Bewertung von Events
- Tipps für die erfolgreiche Durchführung von Events im Laden

KURSE FÜR MITARBEITER/-INNEN

1. Service im Handel

Welche Erwartungen können wie übererfüllt werden?

Begleitender Service wird für die Bindung der Kunden immer wichtiger. Das Seminar behandelt die Frage, welche Basisleistungen heute von den Kunden erwartet werden und mit welchen Zusatzleistungen der einzelne Betrieb seine derzeitigen oder neuen Kunden „überraschen“ kann.

- Zeitgemäße Definition „Service im Einzelhandel“
- Aktuelle Kundenerwartungen und Anforderungen
- Basisleistungen als Standard im Einzelhandel
- Differenzierungsmöglichkeiten über erlebbare Zusatzleistungen

2. Verkaufstraining I

Zeitgemäße Kundenansprache

Die Erwartungen der Kunden an den Einzelhandel haben sich verändert. Nur wenn Sie diese kennen und erfüllen, steigern Sie die Chancen für Ihre Zukunft.

- Die Verkaufstreppe, damit Sie wissen, wo Sie stehen
- Kundenerwartungen und ihre Auswirkungen auf den Verkauf
- Die gekonnte Kundenansprache im Einzelhandel
- Zeitgemäßes Telefonverhalten, auch unter Stress
 - Der Umgang mit unterschiedlicher Kundenfrequenz und die notwendige Reaktionsgeschwindigkeit

**3. Verkaufstraining II**

1 x 1 für zeitgemäßes Verkaufen

Aufbauend auf Verkaufstraining I erweitern Sie Ihr Können des erfolgreichen Verkaufens. Mit diesen Instrumenten erzielen Sie eine souveräne Wirkung bei Ihren Kunden:

- Erfahren Sie mehr über Ihre Kunden mit der richtigen Fragetechnik
- Der gekonnte Umgang mit Rabattwünschen und die souveräne Nennung von Verkaufspreisen
- Wettbewerber Internet – Argumentationshilfen

KURSE FÜR MITARBEITER/-INNEN

4. Verkaufstraining III

Abschlussorientierte Verkaufsgespräche führen

Ihr Kunde will längst kaufen, aber Sie haben seine Signale nicht erkannt? Der elegante Abschluss ist oft das Schwierigste im Verkaufsgespräch.

- ◆ Möglichkeiten der effizienten Gesprächsführung, damit am Ende der Beratung die Chancen für einen Kauf mit aktiven Zusatzangeboten steigen
- ◆ Der gekonnte Umgang mit Ein- und Vorwänden von Kunden

**6. Gesunde Verkäufer/-innen im Einzelhandel**

Stressprävention und -bewältigung

Langes Stehen und fordernde Kunden – das kennen vor allem die Menschen gut, die den größten Teil des Tages am „Point of Sale“ verbringen. Unser Körper zeigt mancherlei Symptome, wenn uns die Herausforderungen des Arbeitsalltags zu viel werden. Im Mittelpunkt des Seminars stehen Strategien, um gesund zu bleiben.

- ◆ Positiver und negativer Stress
- ◆ Stress vermeiden – wie am besten?
- ◆ Strategien in Stress-Situationen
- ◆ Analyse persönlicher Stressfaktoren
- ◆ Kurzentspannungsübungen für den Arbeitsalltag
- ◆ Tipps, um konzentriert und fit zu bleiben
- ◆ Entspannungstechniken zum Abschalten

- ◆ Die souveräne Vorbereitung des Verkaufsabschlusses, damit die Kasse zukünftig noch öfters klingelt.

5. Verkaufstraining IV

Schwierige Kunden und Reklamationen gekonnt meistern

Erfahren Sie, wie Sie mit „schwierigen“ und anspruchsvollen Kunden umgehen können.

- ◆ Die wichtigste Fähigkeit im Umgang mit „schwierigen“ Kunden
- ◆ Der souveräne Umgang mit „schwierigen“ Kunden im Laden und am Telefon
- ◆ Reklamationen gekonnt annehmen
- ◆ Die Magie, aus reklamierenden Kunden „Reklamekunden“ zu machen

KURSE FÜR MITARBEITER/-INNEN

7. Schaufenstergestaltung

Schaufenster und Ladeneingang als attraktiver Blickfang

In diesem Seminar liegt das Hauptaugenmerk auf der praktischen Umsetzung der Schaufenstergestaltung, in enger Abstimmung mit den erarbeiteten Inhalten und Ergebnissen aus dem Führungskräftekurs.

- ◆ Zielgruppengerechte Inszenierung
- ◆ Grundlagen der visuellen Kommunikation – Blickführung und Struktur
- ◆ Basics der Schaufenstergestaltung
- ◆ Ideenfindung
- ◆ Gestaltungsideen für unterschiedliche Schaufenstertypen: Duchsichtfenster – Vitrine – Schaukasten
- ◆ Tipps und Tricks für die tägliche Arbeit
- ◆ Rundgang an den Schaufenstern der Teilnehmer/Fotoauswertung

9. Events im Laden

Kreative Ideenfindung und Umsetzung

Kreative und originelle Veranstaltungen bieten dem Kunden etwas Besonderes. Sie sind ein erfolgversprechendes Instrument zu Kundengewinnung und -bindung. Mitarbeiter/-innen sind oftmals eine wichtige Quelle kreativer Ideen, von ihrer professionellen Umsetzung hängt eine erfolgreiche Veranstaltung ab. Dieser Workshop dient dazu, die Rahmenbedingungen zur gemeinsamen Ideenfindung und Umsetzung von kleinen Veranstaltungen im Ladengeschäft zu schaffen.

- ◆ Erfolgreich Brainstorming anwenden
- ◆ Praktische Hinweise für die Planung und Bewertung von Events
- ◆ Tipps für die erfolgreiche Durchführung von Events im Laden

8. Innenraumgestaltung

Der Verkaufsraum als attraktiver Blickfang



Hauptthema dieses Seminars ist die praktische Umsetzung des Visual Merchandising-Konzeptes.

- ◆ Zielgerechter Einsatz von Visual Merchandising bei der Warenpräsentation
- ◆ Raumwirkung und Kundenwahrnehmung
- ◆ Regalzonen
- ◆ Wie entstehen Warenbilder?
- ◆ Der richtige Umgang mit Farben – Farbwirkung und Bedeutung
- ◆ Rundgang an den Schaufenstern der Teilnehmer/Fotoauswertung