

AKTIONS - LEITFADEN

Aktionstyp

(z.B. Abverkauf, Verkaufsförderung, Kundenbindung, ...)

„Gewinne Deinen Einkauf!“
Frequenzerhöhung, Kundenbindung

Ziel

(z.B. Bewerben eines Produktes, Gewinnen von Adressen, Umsatzziel, ...)

Steigerung des durchschnittlichen Einkaufs der Kunden

Zielgruppe

Alle Kundengruppen

Kundennutzen

(welchen materiellen oder immateriellen Vorteil hat der Kunde)

Chance auf kostenlosen Einkauf

Aktionsassortiment

(bestimmter Artikel oder ein (Teil-)Sortiment)

entfällt

Aktions-Dienstleistung

(beworbene Dienstleistung oder für die Aktion benötigte Dienstleistung)

Anlass

(z.B. Einschulung, Weihnachten, Zeugnisvergabe,...)

Besonders zu Stadtfesten, verkaufsoffenen Sonntagen. Frühlingfest, Lichterfest oder Weihnachtsmarkt.

Zeitraum

Begrenzt auf einen Aktionstag. Oder ein Aktionswochenende.

Beteiligte

(z.B. Mitarbeiter, Lieferanten, sonst. Partner, ...)

Unternehmer, Mitarbeiter. WKZ bei Lieferanten anfordern.

Ablaufbeschreibung

(Konzeption, Medieneinsatz, VKF-Einsatz, ...)

Jeder Kunde erhält beim Bezahlen(!) von seinem Einkauf an der Kasse ein Los. Hier kann er den Wert seines Einkaufes gewinnen.

- Entweder der Bon wird storniert oder
- Der Kunde erhält einen Gutschein über den Wert seines Einkaufes.

Der Einzelhändler bestimmt durch die Anzahl Lose den Anteil der Nieten und Gewinne. Man rechnet zum Beispiel mit 300 Kunden, so kann im Vorfeld die Zahl der Gewinner festgelegt und somit auch über den Durchschnittseinkauf der Gesamtwert der „Gratis-Einkäufe“ errechnet werden.

WICHTIG: Massive Werbung für die Aktion im Vorfeld erforderlich.