

Tipps für Ihren Aktionstag

Gute Planung ist der halbe Erfolg

Am 2. April findet der bundesweite Aktionstag „Neue Bäder erleben“ statt. Das Konzept dieser von Großhandel und SHK-Handwerk regional durchgeführten Endkundenveranstaltung haben wir bereits in SBZ 4/05 vorgestellt. Wichtig für den Erfolg sind nun die gute Planung, Vorbereitung und Nachbereitung. Die folgenden Vorschläge aus dem „Leitfaden zum Aktionstag“ lassen sich selbstredend auch auf die Organisation anderer Veranstaltungen übertragen.



Endkunden-Offensive: Am Aktionstag „Neue Bäder erleben“ öffnen die Ausstellungen von SHK-Handwerk und -Großhandel von 9 bis 18 Uhr bundesweit ihre Pforten

Am Anfang steht die Ankündigung Ihres Aktionstages. Dabei können Sie Ihre (Stamm-)Kunden, Interessenten, Geschäftspartner, die Lokalpresse etc. z. B. mit Hilfe des Werbebriefes und des Infoblattes auf den Aktionstag hinweisen bzw. gezielt dazu einladen. Dazu einige Tipps:

- Heben Sie ggf. besondere Aktivitäten hervor, die nur bei Ihnen vor Ort stattfinden (z. B. spezielle Sonderangebote, ein Kinderprogramm, Autogrammstunde etc.).
- Nicht verändern sollten Sie möglichst die Öffnungszeiten, da auch in der bundesweiten Kommunikation zum Aktionstag die einheitlichen Zeiten von 9 bis 18 Uhr am 2. 4. 2005 genannt werden.
- Neben einer gezielten Einladungsaktion empfiehlt es sich, im Rahmen Ihrer Tagespost quasi als „P.S.“ (ggf. in Verbindung mit dem Aktionslogo) auf den Aktionstag hinzuweisen.

Grundausrüstung

Neben den eigentlichen Aktionsmitteln sollten Sie noch eine Reihe weiterer Dinge parat haben, damit am Aktionstag alles glatt läuft:

- **Wegweiser** (für wichtige Stellen wie Parkplätze, WC usw.): Damit sich Ihre Besucher gut orientieren können, benötigen Sie keinesfalls „professionelle“ Schilder. Einfache Ausdrücke, die Sie mit Hilfe Ihres Computers anfertigen (lassen) können – ggf. mit einer Klarsichthülle geschützt oder auf stabilen Karton aufgezogen – tun es auch.
- **Namensschilder** für Mitarbeiter: Auch hier muss es keine aufwendige Lösung sein: Im Büromittelbedarf sind einfache Ausführungen erhältlich, die leicht selbst zu beschriften – und jederzeit wieder verwendbar – sind.
- **Blumenschmuck und Dekoration**: Was wird eventuell an welcher Stelle benötigt? Wer besorgt was und kümmert sich um die entsprechende Platzierung bzw. Anbringung?

- **Hintergrundmusik**: Müssen eine Anlage sowie geeignete CDs o. ä. beschafft werden, oder ist bereits alles für eine angenehme „Berieselung“ vorhanden? Achtung: Klären Sie im Vorfeld, ob ggf. GEMA-Gebühren für die öffentliche Wiedergabe von Tonträgern zu entrichten sind (www.gema.de).
- **Sitzmöglichkeiten**: Schaffen Sie Gelegenheiten zum Ausruhen für Ihre Gäste oder für individuelle Gespräche.
- **Visitenkarten**: Denken Sie daran, dass Sie und Ihre (beratenden) Mitarbeiter am Aktionstag mit einem ausreichenden Bestand ausgerüstet sind.

Im Vorfeld bedenken

Wenn Ihr Aktionstag spezielle Attraktionen beinhaltet, müssen Sie noch Folgendes klären:

- **Sonderangebote**: Wenn Sie einzelne Produkte oder Serviceleistungen festgelegt haben, die am Aktionstag zu besonders günstigen Konditionen zu haben sein sollen, benötigen Sie dazu

noch entsprechende Musterstücke und/oder Informationsunterlagen.

- Vielleicht hätten Sie an diesem Tag auch gerne eine **Produkt-Vorführung**, für die Sie rechtzeitig einen Mitarbeiter der Industrie „buchen“ müssen.

- Stellen Sie außerdem sicher, dass es in Ihren Räumen **genug Platz** für die gewünschten Anschauungsobjekte gibt und das Infomaterial gut sichtbar bzw. leicht zugänglich präsentiert werden kann (Infostand bzw. -tisch etc.). Dort könnte übrigens auch die Annahmestelle für das Gewinnspiel sein.

- **Imbiss und Getränke:** Falls Sie Ihren Gästen etwas für das leibliche Wohl anbieten wollen, müssen Sie anhand der geschätzten Besucherzahl entsprechend vorsorgen. Erfahrene Gastronomen vor Ort, Getränkevertriebe etc. helfen Ihnen hier bestimmt weiter.

Klären Sie dabei auch, woher Sie den Imbiss-Stand, das erforderliche „Zubehör“ (Geschirr, Besteck, Becher etc.) sowie die Standbetreuung (z. B. Mitarbeiter, Familie, Studenten etc.) bekommen.

- **Kinderprogramm:** Wenn die Kinder gut beschäftigt sind, können sich die Eltern ungestört umsehen und informieren. Dazu genügt in der Regel schon eine Ecke, in der Sie etwas Spielzeug, ein paar Stifte und etwas Papier bereitstellen. Sorgen Sie möglichst auch für eine **Betreuung der Kinderecke**.

Ein besonderes Highlight könnte auch ein **Kinderwettbewerb** (z. B. Mal- oder Bastelwettbewerb zu einem bestimmten Thema) sein, bei dem Ihre kleinen Gäste eine kleine Aufmerksamkeit gewinnen können.

- **Fotos/Fotograf:** Wenn Sie nicht gleich einen Profi bestellen möchten, können Sie auch einen versierten Hobby-Fotografen aus Ihrem Mitarbeiter-, Familien- oder Bekanntenkreis darum bitten, den Aktionstag mit ein paar Schnappschüssen zu dokumentieren. Die Fotos dienen nicht nur zur Erinnerung, sondern lassen sich z. B. auch zur Illustration einer eventuellen Erfolgsmeldung in Ihrer Lokalzeitung oder in der Fachpresse einsetzen.

Tipps zur Organisation

Wenn Sie die Organisation des Aktionstages mit Ihren Mitarbeitern besprechen, legen Sie neben den exakten Zuständigkeiten unbedingt auch

Termine fest, bis wann die einzelnen Dinge erledigt sein müssen und achten Sie auf deren Einhaltung. Am besten erstellen Sie eine entsprechende **Checkliste**. Außerdem sollten Sie Ihr gesamtes Team für die am Aktionstag fälligen Aufgaben einteilen. Zu klären sind dabei Fragen wie:

- Wer betreut Infostand, Kinderecke, Gewinnspiel-Handling, Bewirtung?

- Wer kontrolliert regelmäßig Prospektständer etc.?

- Wer betreut Ehrengäste, Pressevertreter etc.?

- Wer berät Kunden und Interessenten?

- Wer ist Ansprechpartner für „externe“ Mitwirkende (wie Catering, Industrievertreter etc.)?

- Wer checkt (vor allem bei hohem Besucheraufkommen) zwischendurch die sanitären Einrichtungen?

Unbedingt nachfassen

Ohne systematische Nachbereitung würden Sie sich um einen wichtigen Teil des Gesamterfolgs bringen. Daher sollten Sie in jedem Fall eine **Nachfassaktion** bei Ihren Besuchern einplanen. Sicherlich haben Sie sich am Aktionstag z. B. notiert,

- wer noch spezielle Infowünsche oder Fragen hatte, auf die Sie oder Ihre Mitarbeiter vielleicht nicht genauer eingehen konnten,

- wer im Gespräch sein eigenes, eher unzulängliches Bad erwähnte oder

- wer gar mit konkreten Renovierungsabsichten zu Ihnen kam.

Wichtig sind dabei natürlich die kompletten Adressen der jeweiligen Interessenten. Übrigens: Die Gewinnspiel-

info + info + info + info + info +

Weitere Infos zum Konzept und zum Ablauf des Aktionstags „Neue Bäder erleben“ am 2. April sowie eine Liste der teilnehmenden Ausstellungen finden Sie im Internet unter www.gutesbad.de bzw. www.sanitaerwirtschaft.de

Der Anmeldestand von Mitte Februar lag übrigens bei rund 300 Betrieben.

Entwickelt wurde der Aktionstag von der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft, VDS, Bonn.

blätter sind eine wahre Fundgrube für mögliche neue Kontakte.

Mit diesen Personen sollten Sie **zeitnah Kontakt aufnehmen**, also entsprechende Unterlagen schicken oder vorbeibringen bzw. einen Termin vereinbaren, um weitere Details zu besprechen. Vielleicht wollen Sie auch die **Lokal-**

presse, die hoffentlich bereits im Vorfeld über Ihren Aktionstag berichtet hat, über dessen positiven Verlauf informieren. Verschicken Sie einen kurzen „Ergebnisbericht“, dem Sie ein bis zwei gelungene Fotos beifügen.

Vergessen Sie auch nicht Ihr (**Aktionstags-**)Team: Bedanken Sie sich bei allen Mitarbeitern, die bei Ihrem Aktionstag im Einsatz waren, für ihr besonderes Engagement – wie wäre es z. B. mit einer Einladung zum „Danke-schön-Essen“ als Zeichen Ihrer Anerkennung?

Aufmerksamkeit:
Das spezielle Wort-/
Bild-Logo sowie
Schwimmstar und
„Bad-Botschafterin“
Sandra Völker sind
die durchgängigen
Erkennungsmerkmale
der Veranstaltung

