

„Der Eingangsbereich- Visitenkarte meines Betriebes“

so das Thema des zweiten Vortrags zum Schwerpunktthema Endverkauf. Reiner Buchal, freier Marketing- Berater vom Beratungsring Hannover, verdeutlichte eindringlich welche grundlegende Überlegungen mit dieser Aussage verbunden sind. Hier zusammengefasst einige zentrale Überlegungen:

- Wer macht sich schon bewusst, dass er nur eine *Chance für den ersten Eindruck* hat, dass er dabei bewusst oder unbewusst *Signale* sendet.
- *Fern- und Nahsignale* aber auch *emotionale Signale*, die über die Frage ob ich eine Verkaufseinrichtung betrete oder sie meide, entscheiden.
- Dass dieser erste Eindruck beim Kunden *Schubläden* öffnet, in die unser Kunde uns einsortiert. Diese *Schubläden sind Wertungen/ Vorurteile*, die auf unsere Kunden dauerhaft prägend wirken.
- Die *Wertungen beziehen sich auf unsere Leistungsfähigkeit, Qualität und Preise* usw. Sie erwecken eine *Erwartungshaltung beim Kunden*, die ihn zu einem Kunden macht oder eben nicht.
- Der Eingangsbereich spiegelt die „*inneren Werte*“ des Betriebes wider.
- Der Eingangsbereich ist besonders geeignet den *eigenständigen Charakter, das eigenständige Profil* eines Betriebes zu vermitteln. Er ist *Spiegelbild des Gesamtkonzepts* eines Betriebes und damit *elementarer Bestandteil des Corporate Identity*.

Diese und weitere interessante Grunderkenntnisse zu Funktion und Bedeutung des Eingangsbereiches in einer Verkaufseinrichtung können Sie in den Folien im Anhang nachlesen.

Im zweiten Teil des Vortrages zeigte Herr Buchal Beispiele aus der Beratungspraxis. Lösungen für unterschiedliche Budgets, von einfachen, preiswerten Spannbändern, Bannern und Bepflanzungen über Portale und Pergolen, bis zu größeren Umbaumaßnahmen in Form von Eingangshallen mit Windfang und Aktionsfläche. Leider können wir auch hier diese Beispiele nicht durch Bildmaterial unterstützen. Deshalb der Tipp: Kommen Sie zu den nächsten Kasseler Gartenbautagen 2012 persönlich vorbei - es lohnt sich!

Ein letzter Tipp von Herrn Buchal sei hier unbedingt wiederholt:

Gehen Sie häufiger mal von vorne rein & raus!

Viele Betriebsleiter sehen/bewerten ihre Visitenkarte allein deshalb nicht realistisch, weil sie den Betrieb von hinten betreten/verlassen!

Der Eingangsbereich



Die Visitenkarte meines Betriebes

„ Einfach, bequem und trocken..... „

Funktion:

Die Verbindung zwischen Außenbereich –
Straße, Parkplatz, Freifläche,... - und der
Kernverkaufsfläche.

Ziel: Einfacher und bequemer Zugang für den
Kunden

Extra: Orientierungshilfen, Informationen,
Witterungsschutz, Kaufanreize,

So weit so gut – ist das alles???

Der Eingangsbereich

Die Signale

„ Der Eingangsbereich ist die Visitenkarte „

- Die Tür, das Vordach oder der Vorbau,
- die Fassade, der Zugangsweg,
- die Grünfläche und die Zäune,
- die Bepflanzung

fallen dem Passanten und Kunden unmittelbar ins Auge und sind deshalb der vielleicht wichtigste Teil des Gebäudes.

All dies spiegelt **Charakter & Profil** des Betriebes wieder

Der Eingangsbereich

Die Signale

„ Der Eingangsbereich ist die Visitenkarte „

Der Betrieb hat nur eine Chance
für einen guten *ersten* Eindruck.
Dieser sehr prägend.

„Schubladen“ öffnen sich unbewusst.

Der Eingangsbereich

Die Signale

„ Charakter und Profil eines Betriebes sind in unserer Branche sehr unterschiedlich,„

**Die Einzelhandelsgärtnerei
Die Friedhofsgärtnerei
oder das Gartencenter**

Der „äußere Eindruck,„ wirkt vielfältig

Der Eingangsbereich

Die Signale

„ **Die Signale unterscheiden sich nach Standort, Konzept und Profil,**„

Bei den Signalen sind zu unterscheiden:

Fernsignale Größe, Form & Farbe

Nahsignale Gestaltung, Farbe & Detail

Emotionale Signale Sympathie, Neugierde & Vorfreude

Der Eingangsbereich

Das Willkommen

„ ... was erwartet der Kunde - unbewusst“ ?
Einen roten Teppich ?

In gewisser Weise ja !!! Zumindest ein:

Willkommen bei uns!

Schön das Sie da sind !

Herzlich Willkommen und

.... genießen Sie die Zeit bei uns.

Der Eingangsbereich

Das Willkommen

„ Es gibt gelegentlich noch einiges zu verbessern“

Was könnte getan werden ?
Kleines oder großes Budget ?
Wo fängt man an ?

Der Eingangsbereich

Das Spiegelbild der „Inneren Werte „

Welche Aufgaben und Erwartungen werden erfüllt ?

Was meinen Sie?

Was meinen die Kunden, die Passanten ?

Leider habe ich keine diesbezügliche Untersuchung zur Hand.

Besser wir horchen mal in uns hinein:

**Warum wir in dieses oder jenes Restaurant oder Geschäft gehen,
beim Vorbeifahren anhalten oder eben nicht?**

Oder beim nächsten Mal vorbeifahren?

Der Eingangsbereich

Das Spiegelbild der „Inneren Werte „

Welche Aufgaben und Erwartungen werden erfüllt ?

Welche Signale erwarten wir ?

Welche suchen wir ?

und

Welche gefallen uns ?

Der Eingangsbereich

Das Spiegelbild der „Inneren Werte „

Wie eine gute Verpackung

Eines wird schnell klar.

Wir sehen den Eingangsbereich als wichtigen Bestandteil der Fassade und damit schließen wir von den optischen Eindrücken auf die „ Inneren Werte“ wie bei einer Verpackung.

Der Eingangsbereich

Das Spiegelbild der „Inneren Werte „

Wie eine gute Verpackung

Etwas anderes wird ebenfalls schnell deutlich.

Die Erwartungen und Bedürfnisse sind abhängig von

- den Produkten
- der Situation
- dem Budget
- dem Zeitfaktor
- und den Geschmacksmustern oder
- den Lebenswelten der Konsumenten.

Der Eingangsbereich **Das Spiegelbild der „Inneren Werte „**

„ Kein Einheits-Rezept für Alle“

Das bedeutet

Es gibt kein Einheits-Rezept für alle Betriebe.

Aber es gibt Regeln und Bausteine,

die jeder für seinen Bedarf nutzen kann –

und sollte !!!

Der Eingangsbereich als Bestandteil des Konzeptes & CI

Das Corporate Identity

**Der Eingangsbereich darf kein Zufalls Produkt sein .
Er sollte in das Gesamtkonzept eingebettet sein und
steht als Spiegelbild für die inneren Werte des gesamten
Betriebes.**

**Ist elementarer Bestandteil des Corporate Identity - des
einheitlichen Firmenauftritt es**

Der Eingangsbereich als Bestandteil des Konzeptes & CI

Das Firmen-Profil & Image

Dies sollte sich im Idealfall nicht nur auf das Verwenden der Firmen Farben und des Logo beschränken , sondern das **gesamte Profil des Betriebes integrieren.**

Der Eingangsbereich als Bestandteil des Konzeptes & CI

Das Firmen-Profil & Image

Der Eingangsbereich sollte positive Emotionen beim Kunden wecken.

Beim Kommen:

„ Gut das ich hierher gekommen bin“

„ Der Weg hat sich gelohnt“

**„ Mal schauen, was ich finde,
welches Schnäppchen ich machen kann“:
Das Jagdfieber sollte steigen**

Der Eingangsbereich als Bestandteil des Konzeptes & CI

Das Firmen-Profil & Image

Der Eingangsbereich sollte positive Emotionen beim Kunden wecken.

Beim Gehen:

„ Gut das ich gerade hierher gekommen bin“

„ Der Weg hat sich echt gelohnt“

„ Ich komme gerne wieder „

Eine gute letzter Eindruck

Der Eingangsbereich als Bestandteil des Konzeptes & CI

Das Firmen-Profil & Image

**Es ist sicherlich einleuchtend,
dass der Eingangsbereich - mit Fassade –
einer Nostalgie-Gärtnerei
anders aussehen sollte,
als der eines Gartencenters.**

Der Eingangsbereich

Was getan werden kann

„ ... je nach Geldbeutel und Priorität !“

1. Größere Baumaßnahmen
2. Mittlere Investitionen
3. Kleine Investitionen & Improvisationen

Der Eingangsbereich

Größere Baumaßnahmen

„ ... je nach Konzept

1. Betonung durch Vordach
2. Betonung durch Pergolen / Gang
3. Betonung durch Portal
4. Betonung durch Eingangshalle

Der Eingangsbereich

Größere Baumaßnahmen

Exkurs: Sinn & Zweck der Eingangshallen

1. **Optimalen Witterungsschutz – Regen, Wind**
2. **Verteilerfunktion in der Kundenführung**
3. **Kundeninformation**
4. **Schutz für Einkaufswagen**
5. **Trendbühne**
6. **Marktplatz für Externe Anbieter**

Der Eingangsbereich

Mittlere Investitionen

„ Es geht auch mit kleinerem Budget“

1. Betonung durch Vordach
2. Betonung durch Pergolen / Gang
3. Betonung durch Portal
4. Betonung durch Firmenschild

Der Eingangsbereich

Kleinere Investitionen

Verbesserungen durch :

- 1. Farbe & Licht**
- 2. Portal**
- 3. Banner, Spannbänder**
- 4. Bepflanzung & Gefäße**
- 5. Beschilderung**
- 6. Warenpräsentation, mobil**

Der Eingangsbereich

Was getan werden kann

Mein Tipp:

Häufiger Mal von vorne

rein gehen & raus gehen,

Fotos erstellen,

von der Straße

und vom Parkplatz,

am Eingang

Der Eingangsbereich

Was getan werden kann

Mein Tipp:

..... und am Besten noch "heute" !

**Fehler sind so viel leichter sichtbar,
können festgehalten werden
und Problembereiche können verändert werden.**

Der Eingangsbereich

Was getan werden kann

Die Schwachstellen festhalten.

Maßnahmen finden und umsetzen.

Verantwortliche finden

Termine setzen

Maßnahmen kontrollieren

Der Eingangsbereich

Was getan werden kann

**Also bieten wir unseren Kunden doch
ein herzlicheres Willkommen.**

Auf das diese zahlreich wieder kommen !!!