



Dr. Karin Raschinsky
Spezialitäten. Agentur
www.Manufaktur-Helden.de

www.marmeladen-casting.de
www.berlin-isst-gut.com

Kilianstrasse 8/Reinbeckstrasse 9
12459 Berlin
Telefon: 030 / 530 14 518
Fax: 03212 / 106 18 00

Der ThemenTag kombiniert mit Rhetorik-Übungen ist ein erfolgreichstes Trainingsmodell

Der ThemenTag in einer Bäckerei / Konditorei ist ein Trainingsmodell

Inhalt:

An einem Tag bildet ein **Thema** den Schwerpunkt im Verkauf.
Unter einem einheitlichen Slogan wird dieses Thema individuell in den Filialen beworben und präsentiert.

Dabei geht es nicht um Maßnahmen:

- wie z.B.: - Produkte werden preiswerter und mit Rabatten verkauft
- zwei Dinge kaufen und ein Produkt bezahlen etc.

Der ThemenTag ist eine verkaufsfördernde Maßnahme, die durch vorausschauende Verantwortung der Filialteams, durch ihr Engagement und durch ihre Kreativität bestimmt wird.

Die Verkaufsteams erhalten eine Vorgabe: im Hinblick auf das Produktsortiment, das unter einem Slogan steht:

z.B. Wir lieben Dinkel!: Präsentation und Verkauf von drei bis vier Dinkelprodukten

z.B. Jeder Kuchen ist seinen Apfel wert.....: Präsentation und Verkauf von vier Apfelprodukten

Trainingsmodell wofür?

- Trainingsmodell für das Trainieren einer Verkaufssprache: das sichere Sprechen ist im Verkauf das Wichtigste.
- Trainingsmodell für die Förderung der Eigenverantwortung im Verkauf / Eigenverantwortung in der Vorbereitung des Verkaufs
- Trainingsmodell für die Einschätzung der eigenen Leistung: was haben wir wirklich gut gemacht....

In einem separaten Training: - Rhetorik-Training - werden die Verkäuferinnen / Verkäufer auf die Produktbeschreibung vorbereitet:

Produktbeschreibung bedeutet: die Verkäuferinnen lernen eine für diese Produkte zutreffende Verkaufssprache.



Dr. Karin Raschinsky
Spezialitäten. Agentur
www.Manufaktur-Helden.de

www.marmeladen-casting.de
www.berlin-isst-gut.com

Kilianstrasse 8/Reinbeckstrasse 9
12459 Berlin
Telefon: 030 / 530 14 518
Fax: 03212 / 106 18 00

Dabei wird genau erklärt:

- welche Bedeutung Geschmacksadjektive und genau die einzusetzenden Geschmacksadjektive haben
- wie sich mit der Art der Sprache auch die Körpersprache ändert
- wie ICH mit dieser Verkaufssprache aktiver anbieten kann und der Kunde diese Aktivität widerspiegelt
- wie spreche ich auf den Punkt: ohne „Darf ich Ihnen empfehlen.....?“

Eigenverantwortung der Verkaufsteams ist das Kernstück des ThemenTages:

Das bedeutet: **kein** Verkaufsteam muss sich an die absolute Wiedergabe der Produktbeschreibung in Form der Verkaufssprache halten: angeboten werden muss aber in dem Stil der trainierten Sprache und die Geschmacksadjektive müssen angewendet werden.

Das bedeutet: die Teams bestellen in Eigenregie die Anzahl der Produkte und wählen die Stückzahl und die Sorten i.d.R. schon mit einem Verkaufserfolg aus, den sie erzielen möchten:

Teamarbeit, Achtsamkeit untereinander in Bezug auf Sprach-Aktivitäten beim Anbieten, stehen bei der Vorbereitung und natürlich am ThemenTag im Mittelpunkt.

Das bedeutet: Eigenverantwortung in Bezug auf die Präsentation der Produkte: keine einheitlichen Vorgaben: Fantasie und Geschick ist gefragt!



Dr. Karin Raschinsky
Spezialitäten. Agentur
www.Manufaktur-Helden.de

www.marmeladen-casting.de
www.berlin-isst-gut.com

Kilianstrasse 8/Reinbeckstrasse 9
12459 Berlin
Telefon: 030 / 530 14 518
Fax: 03212 / 106 18 00

Auswertung noch am selben Tag oder einen Tag nach dem ThemenTag notwendig

Die Filialen oder der Filialenbereich muss durch die Chefin/den Chef an diesem ThemenTag besucht werden. Der erste Eindruck muss auch während des Filialbesuchs geschildert werden.

- Fotos der Präsentation –

Die Auswertung muss eine Einschätzung aller Filialen beinhalten.

- Auswertungskriterien genau überlegen

Klare Auswertung:

- wer war die beste Filiale

- was wurde nicht gut umgesetzt, differenziert beurteilen,

- wenn Verkaufszahlen bereits vorhanden sind, dann bei der Auswertung einsetzen