



Wie steht es um Ihre Warenpräsentation?

Aussage	Richtig	Falsch	Folgerungen
Die Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen gehen auf jede Kundenpersönlichkeit ein.			
Es werden nicht nur einzelne Produkte, sondern Warengruppen präsentiert.			
Umsatzstarke Produkte („Renner“) sind an verschiedenen Stellen im Laden zu finden (Mehrfachplatzierung).			
Beim Kauf eines Produkts werden dem Käufer ergänzende Produkte (Zusatzbedarf) angeboten.			
Die Verkäufer kennen sich in allen Abteilungen aus und sind nicht nur auf eine spezialisiert.			
Zusammengehörige Produkte werden auch zusammen ausgestellt (z.B. Gartenschläuche und Zubehör).			
Dem Käufer wird durch Bilder (Plakate, Ausstellung) gezeigt, wie er das Produkt anwenden und ergänzen kann.			
Die Waren sind gut ausgeleuchtet.			
Besondere Produkte (Testsieger, Bioprodukte, ...) sind als solche gekennzeichnet.			
Die Mitarbeiter kennen sich mit den Bedeutungen von Gütesiegeln u.ä. aus.			
Jeder Mitarbeiter kann mindestens zwei Vorteile für jedes Produkt nennen.			
Es gibt ähnliche Produkte in verschiedenen Preis- und Qualitätsklassen.			
Leere Fächer werden sofort wieder aufgefüllt, fehlende Ware nachbestellt.			
Die Kunden haben die Möglichkeit, bestimmte Produkte zu testen.			
Markenprodukte sind als solche gekennzeichnet.			

Bewertung:

15 – 11 mal die richtige Antwort:

Sie wissen sehr genau wie Sie Ihre Waren so präsentieren können, dass der Kunde sich angesprochen fühlt. Außerdem ist Ihnen klar, dass der Kunde nicht nur ein Produkt, sondern vor allem dessen Nutzen und Mehrwert kauft. Nutzen Sie dieses Wissen und gehen Sie weiter auf Ihre Kunden ein.

10 – 5 mal die richtige Antwort:

Sie haben ein gewisses Grundwissen, was die Warenpräsentation betrifft. Dieses reicht aber noch lange nicht aus, um langfristig die Kundenbedürfnisse zu erfüllen. Informieren Sie sich über Neuheiten im Bereich „Warenpräsentation“ und schlendern Sie selbst einmal durch Ihre Verkaufsfläche um zu überlegen, was Sie noch besser machen könnten. Nutzen Sie die Spalte „Folgerungen“, um mögliche Veränderungen schriftlich festzulegen und setzen Sie sich einen Termin, wann dieses Ziel erreicht sein soll. Denken Sie auch daran, Ihr Mitarbeiter weiterzubilden und deren Kenntnisse auf den neuesten Stand zu bringen. Nutzen Sie weiterhin den Verkaufstrainer. Bei weiteren Fragen wenden Sie sich an die Mobile Vertriebsakademie.

4 – 0 mal die richtige Antwort:

Ihr Wissen reicht leider nicht aus, um langfristige Kundenbindung zu erreichen. Sie müssen Ihre Kenntnisse über Warenpräsentation und Kundenbedürfnisse unbedingt auffrischen. Überlegen Sie sich, was sie kurzfristig verbessern können. Nutzen Sie dazu die Spalte Folgerungen. Um auch eine langfristige Wirkung zu erzielen, können Sie weiterhin den Verkaufstrainer verwenden und dessen Ratschläge in die Tat umsetzen. Außerdem sollten Sie sich an die Mobile Vertriebsakademie wenden, um sich und Ihre Mitarbeiter fit für Vertrieb und Verkauf zu machen.