



Das 24-seitige Outdoor-Magazin ist Grundlage für die Warenpräsentation.



Das erste Workbook zeigt auf, wie sich mit Hilfe von Set-cards jede Ausstellung schnell wieder in den Originalzustand bringen lässt.



Band zwei erläutert den Verkäufern die wichtigsten positiven Gebrauchseigenschaften.

Die Saison und der Frühling haben begonnen. Die Kunden möchten jetzt schon eine perfekt eingerichtete Terrasse, um die ersten warmen Sonnenstrahlen auf ihren neuen Gartenmöbeln genießen zu können.

Dabei war viel los in den vergangenen Wochen für die Mitarbeiter der Gartenmöbelabteilungen. Es wurde geräumt und montiert in den Ausstellungen. Welche Kissenauflage sieht gut zu diesem Sessel aus und wie ist die Prospektabbildung? Anschließend gab das Deko-Team dem Ganzen den letzten Schliff, sodass im März alles fertig war.

Scenenwechsel: Montagmorgen nach einem hochfrequentiertem Wochenende – jeder Abteilungs- und Hausleiter kennt das Bild. Anders als im Möbelbereich „arbeiten“ die Kunden in der Ausstellung und probieren viel aus. Es werden Kissen aus den Regalen genommen

und auf den Stühlen ausgetauscht oder Stühle von einer Gruppe an eine andere gestellt. „Wir sind im Saisongeschäft und die Nachfrage konzentriert sich deutlich stärker als im übrigen Möbelhandel. Das, was wir uns alle wünschen, dass der Kunde sich mit der Ware identifiziert und beschäftigt, wird für die Abteilungsverantwortlichen an diesem Montag zum Super-Gau“, so Nico Hartwig.

Wenn die Kunden die Ausstellung am Samstagabend verlassen haben, sehen die Verkaufsräume im ungünstigsten Fall aus wie ein Schlachtfeld. Um hier die Ordnung wieder herzustellen, darf der Verantwortliche den Überblick nicht verlieren. „Aber mal ehrlich: Zu Saisonbeginn und nach dem ersten Ansturm sind noch alle Mitarbeiter motiviert. Was in den ersten Tagen noch beherrschbar erscheint, entwickelt sich in den kommenden Wochen jedoch immer

mehr zum Balanceakt – bis jemand ins Räderwerk greift und von vorne alles neu und korrekt zuordnet und dekoriert.“

Dabei sind klare Präsentationsvorgaben im Einzelhandel nichts Neues. Bei jeder erfolgreichen Bekleidungskette wird mit Erfolg anhand dieser Vorgaben die Ausstellung gestaltet. Es gibt Skizzen und Fotos, damit die Mitarbeiter die Vorgaben klar umsetzen und auch zum späteren Zeitpunkt wieder korrigieren können. Für die meisten Mittelständler im Möbelhandel ist dieser Aufwand nicht zu stemmen.

Das Outdoor Konzept von Nico Hartwig bietet den Mitarbeitern genau an dieser Stelle eine große Hilfe. Im Mittelpunkt steht das 24-seitige Outdoor-Magazin. Bereits im Vorfeld

werden. Für Schnellleser, abteilungsfremde Verkäufer oder zum Nachlesen zwischendurch sind die wichtigsten Argumente gekennzeichneten Feldern zusammengefasst. Somit wird dem Verkaufspersonal eine umfassende Waren- und Materialschulung mit vielen hilfreichen Nutzenargumenten zu jedem Artikel geboten.

Zusätzlich bietet das Outdoor-Hartwig-Konzept als kompetenter Servicedienstleister ein Komplett-Paket an, das den gesamten Ablauf – von der Sortimentsfindung über die Warenbeschaffung bis hin zu Werbeimpulsen – beinhaltet.

Jeder Teilnehmer kann seine Waren aus exklusiven Importartikeln, aber auch von renommierten Herstellern individuell zusammenstellen.

Outdoor Hartwig: Kompetentes Komplettpaket

Den Ertrag steigern

wird dieses Magazin bei Schulungen erläutert: Wie verkaufe ich zielgruppengerecht und reklamationsreduziert? Worauf muss der Kunde achten? Was sind die Preisaufsteiger? Wo verdient mein Unternehmen Geld (ohne EK-Kennntnis)?

Auf diesen Schulungen bekommen die Mitarbeiter zwei umfangreiche Workbooks, damit das Nachlesen und einfache Wiederfinden zuhause gewährleistet ist. Der erste Band beschäftigt sich mit der Ausstellungsgestaltung und der Verkaufsförderung. Mit Hilfe von Setcards, auf denen jeweils eine Gartenmöbelgruppe mit passenden Kissen und Deko abgebildet ist, lässt sich jede Ausstellung, egal wie schlimm sie hinterlassen wurde, auch von einem Auszubildenden schnell wieder in den Originalzustand bringen. Darüber hinaus werden auf diesen Setcards die jeweiligen Tischaufsteller zugewiesen. Diese erläutern Alternativgrößen von Tischen, Artikelvariationen oder auch wichtige Informationen. Hiermit kann sich der Kunde über weitere Details selbstständig vorinformieren, selbst wenn beim Prospektan Sturm zu wenig Personal vorhanden ist.

Band 2 erklärt dem Verkaufspersonal die wichtigsten positiven Gebrauchseigenschaften, die anhand klarer Nutzenargumente vermittelt

len. Seitenwechsel, um eigene Ware zu integrieren, sind an der Tagesordnung. Outdoor Hartwig bietet seinen Teilnehmer in jedem Jahr mit den zwei Outdoor-Magazinen und einem Abverkaufsflyer erfolgreiche Werbemaßnahmen an. Dabei wird nicht das Standardbildmaterial der Hersteller genutzt, sondern hochwertiges Bildmaterial erstellt.

Vor allem profitieren die Teilnehmer des Outdoor-Hartwig-Konzepts von der großen Zeit- und Arbeitersparnis, dem hohen Ertrag und dem umfangreichen Know-how, das Nico Hartwig und seine Mitarbeiter bieten. „Gartenmöbel – kassenfertig. So lautet unser Erfolgsrezept“, betont Nico Hartwig.



Nico Hartwig und sein Team verfügen über umfangreiches Know-how. Das kassenfertige Konzept spart dem Handel Zeit und Kosten und bietet gleichzeitig einen hohen Ertrag.

■ info@outdoor-konzept.de