



innēov

AKTIONEN

PLANUNG
+ DURCHFÜHRUNG
+ NACHBEARBEITUNG

= Robert JANSEN für VICHY





innēov

AKTIONEN

Umsatz steigern oder sichern – aber wie?

AKTIONEN





innēov

AKTIONEN

Aktionen gehören für Sie schon zum Alltag

Probleme:

- zeitaufwendig und anstrengend
- Ziele nicht immer erreichbar
- Messbarkeit des Erfolgs

AKTIONEN





innēov

AKTIONEN

Die Situation

Aktionen sind...

- Oft auf ein Produkt bezogen
- Werden meist von der Industrie gesteuert
- Mit externen Promotionsassistentinnen durchgeführt
- Nicht auf Grundsätzlichkeiten des Merchandising und des Spacemanagements aufgebaut
- Oft kein messbarer Erfolg nach der Aktion
- Erfolgskontrolle während und nach der Veranstaltung nicht garantiert



AKTIONEN

Das passiert häufig ...

- Mangel an Planung und Organisation
- Nicht alle im Team sind im „Boot“
- Die neuen Produkte werden nicht mit ihrem vollen Potential platziert und genutzt
- Keine Synchronisierung zwischen der Apotheke und den Aktionsplänen der Hersteller
- Die Verbraucher finden wenige Hinweispunkte auf Aktionen in der Apotheken
- Mangel an Informationsmaterial und Beratungstools für Endverbraucher bei den Aktionen



PLANUNG

innēov

Sie können...
in Eigeninitiative Aktionen

- konzipieren
- planen
- erfolgreich umsetzen





innēov

PLANUNG

Konzeption und Planung

- Step 1. Definition der Aktionsziele
- Step 2. Zielgruppen definieren
- Step 3. Aktionsinhalt und Fläche festlegen und benennen
- Step 4. Aktionsmethode auswählen
- Step 5. Aktionsmittel und Equipment organisieren
- Step 6. Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten schaffen
- Step 7. Aktionsverlauf und -erfolg dokumentieren





innēov

PLANUNG

STEP 1

Definition der Aktionsziele

Was will ich mit der Aktion erreichen?

- Beratungskompetenz demonstrieren
- Neukunden gewinnen
- Profilierung im Bereich Dermo-Kosmetik





PLANUNG

innēov

STEP 2

Zielgruppe definieren

- Welche Kunden will ich ansprechen?
- Wo rekrutiere ich sie?





innēov

PLANUNG

STEP 3

Aktionsinhalt und Flächen festlegen und benennen

- Welche Neuheiten bringt die Industrie zu welchem Zeitpunkt?
- Welche Produktpakete sollen zusammengestellt werden?
- Kommen Spezialpreise in Frage?
- Welche Serviceleistungen passen dazu?
- Welche Location soll genutzt werden?
- Welchen Namen soll die Aktion haben?
- Wie lange soll die Aktion laufen?





innēov

PLANUNG

STEP 4

Aktionsmethode auswählen

Die Methode

- muss zum Aktionsinhalt
- der Kundengruppe
- und zum Ziel passen

PLANUNG



PLANUNG

STEP 5

Aktionsmittel und Equipment organisieren

Aktionsmittel bestimmen das Rahmenprogramm

- Das Verhältnis von Aufwand und Nutzen spielt bei der Auswahl eine wichtige Rolle

Wareneinkaufsmanagement

- Kontakt zum Außendienst aufnehmen
- Unterstützendes Material aushandeln
- Nötige Schritte einleiten



innēov

PLANUNG

Aktionsmittel und Equipment



Werbemittelunterstützung durch die Industrie

- Proben
- Tester
- Aufsteller
- Plakate



Werbemittelunterstützung durch die Apotheke

- Kundenkarteikarten
- Kundentagesplan
- Kundendatei im PC
- Beratungsplatz – Dekoration
- Hautanalysegeräte
- Dermo- Kosmetikequipment
- Spiegel, Kleenex usw.





innēov

PLANUNG

Teamarbeit:

Mitarbeiter Infoschulung

1. Ziel der Aktion
2. Motto der Aktion
3. Aktionsinhalt:
 - Produkt / Produktpaket:
 - Zielgruppe
 - Wirkung
 - Nutzen
 - Anwendung
4. ggf. „Trockenübung“ mit Kollegen durchführen
5. Argumentationsleitfaden
6. Nutzen der Aktion





innēov

PLANUNG

STEP 6

Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten schaffen

- Zeit- und Energie-Einsatz müssen eingeplant werden



PLANUNG

Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten

Damit Zeit und Energie gewinnbringend eingesetzt werden, sollte:

- die volle Unterstützung des/r Chefs/in garantiert sein
- der Verantwortungsspielraum definiert sein
- Verantwortlichkeiten delegiert werden dürfen
- Teambuilding: Identifikation und Verantwortung im Team gegeben sein



innēov

PLANUNG

Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten

Wer womit beauftragt wird hängt ab von:

- Ihrem Talent (Stärken und Schwächen)
- Ihrer Bereitschaft und Spaß an der Tätigkeit
- Den zeitlichen Erfordernissen
- Ihrer fachlichen Kompetenz



Aktionsplanung-Checkliste

Aufgaben	Zeitpunkt	Verantwortlich	Erledigt
Zeitpunkt und Zeitraum der Aktion festlegen (Personal etc.) evtl Ziele zusammen mit Repräsentanten vereinbaren	4 Wochen vorher		
Warenbestand, Probenbestand und Displays für die Aktion prüfen und ggf. beim Repräsentanten bestellen	2 Wochen vorher		
Flyer drucken oder im Kopieshop vervielfältigen	10 Tage vorher		
Stammkunden/innen anschreiben	10 Tage vorher		
Flyer in der Apotheke auslegen	7 Tage vorher		
Prüfen ob alle benötigten Dekomaterialien vorhanden sind	7 Tage vorher		
Aktionsplakate sichtbar in und vor der Apotheke anbringen	7 Tage vorher		
gesamtes Team der Apotheke über Aktion und Produkte informieren und ggf. schulen	3 Tage vorher		
Waren und Proben bereitstellen	1 Tag vorher		
Aufbau der Aktion und Dekoration der Apotheke (Aufsteller, Diagnoseinstrument, etc.)	Abend vorher		
Erfolgskontrolle (Sellout-Zahlen)	2 Tage nach Aktion		



DURCHFÜHRUNG

innēov





innēov

DURCHFÜHRUNG



VICHY
LABORATOIRES

WEIL GESUNDHEIT AUCH HAUTSACHE IST

innēov

DURCHFÜHRUNG



VICHY
LABORATOIRES

WEIL GESUNDHEIT AUCH HAUTSACHE IST

innēov

DURCHFÜHRUNG



VICHY
LABORATOIRES

WEIL GESUNDHEIT AUCH HAUTSACHE IST

innēov

DURCHFÜHRUNG

Um eine erfolgreiche Aktion durch führen zu können ist es wichtig, dass:

- Flyer und Aktionsplakate bereits eine Woche vor der Aktion in der Apotheke sichtbar sind,
- eine ruhige Ecke in der Apotheke zur Beratung bereit steht,
- alle Mitarbeiter im Team über die Aktion informiert sind,
- alle ihre Beratungskompetenz im entsprechenden Bereich aktualisieren,
- die entsprechenden Produkte auf Lager und griffbereit zur Hand sind,
- Proben im HV-Bereich bereitliegen,
- die Apotheken-Dekoration möglichst Bezug zum Thema aufweist,
- eventuelle Aktionsdisplays passend zum Thema eingesetzt werden.

Kurz: Je „runder“ Ihre Aktion ist, desto erfolgreicher ist sie auch!

NACHBEARBEITUNG

Aktionsverlauf und -erfolg dokumentieren

Zur Ermittlung des Aktionserfolgs werden

- Abverkäufe und Kosten erfasst
- Positive Entwicklung
 - Gründe ?
- Negative Entwicklung
 - Gründe?



NACHBEARBEITUNG

Aktionsverlauf und -erfolg dokumentieren

Effizienz-Check-Up der eingesetzten Mittel

Wurden alle Mittel der Aktion effizient eingesetzt?

- Ja
 - Gründe?
- Nein
 - Gründe?

Team-Work während der Aktion

Konnten alle Mitarbeiter des Projekts ihre Aufgaben wie geplant umsetzen?

- Ja
 - Gründe?
- Nein
 - Gründe?

NACHBEARBEITUNG

Aktionsverlauf und -erfolg dokumentieren

Kostenaufwand der/des Aktion/Projekt

Entsprechen die Kosten der Planung und dem erzielten Ergebnis ?

- Ja
 - Gründe?
- Nein
 - Gründe?

Aktionsverlauf und -erfolg dokumentieren

Wurde das definierte Ziel verfolgt und erreicht?

- Ja
 - Gründe?
- Nein
 - Gründe?

NACHBEARBEITUNG

Aktionsverlauf und -erfolg dokumentieren

Quintessenz

- Was kann wiederholt werden?
- Welche Veränderungen sind bei späteren Aktionen notwendig?



VICHY
LABORATOIRES

WEIL GESUNDHEIT AUCH HAUTSACHE IST

innēov

Does and Don'ts

Does

- alle im Team informieren
- Aktion rechtzeitig in und vor der Apotheke bewerben
- genügend Produkte und Proben griffbereit
- Aktionen parallel zum Media und Marketingplan der Hersteller

Don'ts

- Aktion im Alleingang
- zu knapper Vorlauf

WICHTIG: Nutzen Sie Ihre Beratungskompetenz und Ihre Service





innēov

AKTIONEN

PLANUNG
DURCHFÜHRUNG
NACHBEARBEITUNG

AKTIONEN



L'ORÉAL

Cosmétique Active