



Name und Adresse Ihrer Apotheke

E-Mail-Adresse

Cosmetique Active Kundennummer

Name:

oder Team:

Anmeldeschluss

Anmeldeschluss für die Teilnahme am Grand Prix Dermocosmétique ist der 8. Februar 2008.

Rücksendung an:

Ihre Bewerbungsmappe sollten Sie bis 15. Februar 2008 per Post einreichen an folgende Adresse:

Cosmétique Active Deutschland GmbH
Stichwort Interpharm / Barbara Heukamp
Georg-Glock-Str. 18, 40474 Düsseldorf

Bitte achten Sie darauf, dass Sie Ihrer Bewerbung auch den Fragebogen Ihres Apothekenleiters / Ihrer Apothekenleiterin beilegen. Und nun viel Glück!

Wie messen Sie den Erfolg einer Aktion?

Uff, geschafft! Endlich ist die Aktion mit der gesamten Vorbereitung geschafft und alle sind zufrieden. Die Aktion ist also abgeschlossen? Nein, noch nicht ganz. Jetzt gilt es, den Erfolg der Aktion zu analysieren, um für künftige Aktionen zu lernen und diese noch besser zu gestalten. Habe ich meine gesteckten Ziele erreicht? Was muss beim nächsten Mal anders geplant werden? Bitte reichen Sie uns Fotos oder Materialien ein, damit wir an Ihrem Erfolgskonzept teilhaben können.

Vor der Aktion

Definition der Aktionsziele nach dem SMART-Prinzip

- o Smpel, einfach
- o Messbar
- o Anspruchsvoll
- o Realistisch
- o Terminiert

Nennen Sie hier Ihr Ziel:

Definition der Zielgruppe. Nennen Sie hier die Zielgruppe der Aktion:

Während der Aktion

- Feedbackbogen für qualitative Bewertungen (bitte schicken Sie diesen ein)
 - Durch die Kundin ausgefüllt
 - Durch die Beraterin ausgefüllt
 - Mit Adresse der Kundin
 - Ohne Adresse der Kundin
- Abgabe des Feedbackbogen
 - An die Beraterin
 - In eine Box (anonym)

Nach der Aktion

- Direkt nach der Aktion
 - Durch eine kurze Feedbackrunde mit dem Team
 - Durch eine motivierende Abschlussrunde mit dem Chef (evtl. mit einem Glas Sekt?)
 - Wir messen unseren Erfolg nach der Aktion immer auf diese Weise:

Nach der Aktion

Am nächsten Tag

- o Auswertung der Feedbackbögen der Kundinnen.
- o Durch einen standardisierten Erfolgskontrollbogen, den wir immer für Aktionen nutzen (Stichwort Vergleichbarkeit der Ergebnisse)
- o Durch die Abfrage der verkauften Produkte im Vergleich zum Vortag / zur Vorwoche
ich habe _____% mehr verkauft als im Vergleich zum Vortag.

Nach folgenden Kriterien

- o Zielerreichung (siehe SMART)

Ziel erreicht? Ja, nein

Beschreiben Sie, woran es hauptsächlich liegt, wenn eine Aktion nicht erfolgreich ist:

Beschreiben Sie, woran es hauptsächlich liegt, wenn eine Aktion erfolgreich ist:

Nach der Aktion

- Nach folgenden Kriterien
 - o Planung und Organisation der Aktion
 - o Anlieferung aller Materialien (rechtzeitig, vollständig, ausreichend)
 - o Ankündigung (rechtzeitig, richtiges Mittel)
 - o Aufbau (rechtzeitig, hochwertig)
 - o Streßfaktor (hoch, niedrig)
 - o Kreativität der Aktion (hoch, niedrig)
 - o Zusammenarbeit im Team (gut, verbesserungswürdig)
 - o Abverkaufte Produkte
 - Absolut
 - Im Vergleich zu vergleichbaren Zeiträumen
 - o Bei uns spielen folgende Kriterien für den Erfolg eine wichtige Rolle: