

STEIN-Serie »Der Weg zum Verkaufserfolg mit Hilfe von Checklisten« (6)



Gut ausstellen – mehr verkaufen

Die Gestaltung des Ausstellungsraums entscheidet wesentlich über den Verkaufserfolg eines Steinmetzbetriebs, egal ob dieser im Grabmal-, Bau- oder Restaurierungssektor tätig ist. Was im Ausstellungsraum versäumt wird, läßt sich – wenn überhaupt – nur mit viel Mühe wieder wettmachen. Reinhard Flassig (Bild) hat auch zu diesem Thema übersichtliche Checklisten erarbeitet. Der folgende Beitrag ist zugleich der letzte in unserer sechsteiligen Serie »Der Weg zum Verkaufserfolg mit Checklisten«.

Erfolgreiche Gestaltung lebt in erster Linie von neuen, originellen Ideen. Auch wenn es in der Steinbranche schon manch vorbildliche Lösungen für Ausstellungsräume gibt, sollte man doch der Neigung widerstehen, zu viel nachahmen zu wollen. Eigene Ideen, gekoppelt mit Bewährtem, bringen in der Regel den besten Erfolg.

Unterschiedliche Kundengruppen berücksichtigen

Steinmetz-Ausstellungsräume werden von zwei grundsätzlich verschiedenen Kundengruppen aufgesucht: von Grabmalkunden und von Baukunden. Diese beiden in einem einzigen Raum optimal zu bedienen, ist schwierig. Ideal wären natürlich zwei gesonderte Eingangs- und Ausstellungsbereiche. Auf solch eine räumliche Trennung muß aus Platzgründen aber in vielen Fällen verzichtet werden.

In diesem Fall sollte zumindest ein gut abgesonderter Rückzugsbereich geschaffen werden, wo Verkaufsabschlüsse ungestört und in Ruhe getätigt werden können. Bearbeiten Sie dazu **Checkliste Nr. 16.**

Richtig planen!

Beim Einrichten des Ausstellungsraums sind neben kaufmännischen und wirtschaftlichen auch psychologische Aspekte zu berücksichtigen. Wichtig ist: Sie selbst müssen vom Erfolg Ihres neuen Ausstellungsraums voll überzeugt sein. Wenn Sie Verkaufspersonal beschäftigen, so muß dieses von Anfang an in die Planung der Ausstellung eingebunden werden. **Checkliste Nr. 17** hilft Ihnen weiter.

Checkliste 17: Der abschlussorientierte Verkaufsraum

	JA	NEIN
1. Gelingt es Ihnen mit Ihrem derzeitigen Verkaufsraum Ihre Kunden anzusprechen und zum Verkaufsabschluß zu bringen?		
2. Läßt sich Ihr Verkaufsraum so einrichten, daß Ihr Kunde seine Schwellenangst überwindet und ungestört zum Verkaufsabschluß kommt?		
3. Hat Ihr Verkaufsraum auch Schaufenster, die Muster und Ausstellungsstücke von außen überschaubar machen?		
4. Liegt der Verkaufsraum so, daß er ohne zusätzliches Personal bedient werden kann?		
5. Läßt sich der Verkaufsraum leicht umstellen, um ggf. zu erweitern?		
6. Können Sie in Ihrem Verkaufsraum beratungsfreie und beratungsintensive Zonen schaffen?		
7. Entsprechen Bau und Einrichtung Ihres Verkaufsraumes den bauaufsichtlichen Anforderungen?		
8. Haben Sie dafür gesorgt, daß Ihren Kunden ggf. Kaffee oder sogar auch Plätzchen angeboten werden können?		
9. Sind Sie überzeugt, daß Ihr derzeitiger oder zukünftiger Verkaufsraum Ihnen bei der Lösung Ihrer Verkaufsprobleme behilflich ist?		
Ergebnis: (in Zahlen)		
Auswertung: Sollten weniger als 6 Antworten mit „JA“ ausfallen, sollten Sie unverzüglich Veränderungen einleiten.		

Checkliste 16: Verkaufsraum und Präsentation

	JA	NEIN
1. Ist die Präsentation Ihrer Steine und Muster im Verkaufsraum klar gegliedert und sind sie kundenwirksam präsentiert?		
2. Ist die Gestaltung Ihres Verkaufsraumes eine kundenwirksame Werbung?		
3. Hat Ihr Verkaufsraum ein gutes und neuzeitliches Design bzw. spricht er Ihre Kunden an?		
4. Präsentieren Sie Ausstellungsstücke so, daß sie jederzeit einem Vergleich mit den Mitbewerbern standhalten?		
5. Ist Ihr Verkaufsraum so gestaltet, daß Ihre Kunden ihn beim Betreten Ihres Geländes sofort finden und für Verkaufsgespräche genügend Raum ist?		
6. Haben Sie einen zusätzlichen gesonderten Raum, in dem Sie völlig ungestört Verkaufsabschlüsse tätigen können?		
7. Tritt Ihr Firmenstil und Firmenzeichen im Verkaufsraum optisch gut hervor, daß Sie sich von Ihren Konkurrenten ausreichend abgrenzen?		
8. Der Besuch mit Familien oder Frauen ist erwünscht. Haben Sie an eine Kinderecke mit Spielmöglichkeiten im Verkaufsraum gedacht?		
9. Ist der Grundriß des Verkaufsraumes so variabel, daß Sie eine Veränderung ohne große Kosten vornehmen und neue Produkte berücksichtigen können?		
10. Haben Sie beim Ausbau des Verkaufsraumes überprüft, ob Sie die Erwartung Ihrer Kunden und Kaufinteressenten erfüllt haben?		
Ergebnis:		
Auswertung: Sollten weniger als die Hälfte der Fragen mit „JA“ beantwortet sein, sollten Sie Ihr Verkaufsraumkonzept unverzüglich überprüfen.		

Checkliste 18: Ausstellung im Freien

	JA	NEIN
1. Sprechen Sie mit der optischen Gestaltung Ihrer Ausstellung im Freien Ihre Kunden an, bzw. unterscheiden Sie sich von Ihren Mitbewerbern?		
2. Wird Ihre Ausstellung im Freien durch Werbeträger (Schilder, Hinweistafeln etc.) gut und erkennbar beworben?		
3. Ist Ihre Ausstellung im Freien so einladend, daß Ihre Kunden angezogen werden?		
4. Liegt Ihr abschlussorientierter Verkaufsraum in unmittelbarer Nähe zur Ausstellung im Freien, damit Sie Ihre ankommenden Kunden sehen können?		
5. Liegt Ihre Ausstellung im Freien so, daß sie nicht nur von Ihnen geführte Besucher finden, sondern daß sie auch von künftigen Kunden gesehen und beachtet wird?		
6. Ist Ihre Ausstellung im Freien so gestaltet, daß sie ohne zusätzliches Personal bedient werden kann?		
7. Läßt sich Ihre Ausstellung im Freien leicht umstellen um ggf. neue Stücke zu präsentieren?		
8. Ist Ihre Ausstellung im Freien stets gepflegt und gut systematisiert?		
9. Sind ausreichend Parkplätze auf Ihrem Gelände oder in der Nähe Ihrer Ausstellung im Freien vorhanden?		
10. Sind Sie überzeugt, daß die Gestaltung Ihrer derzeitigen oder zukünftigen Ausstellung im Freien bei der Lösung Ihrer Verkaufsprobleme hilfreich ist?		
Ergebnis: (in Zahlen)		
Auswertung: Haben Sie weniger als 6 Antworten mit „JA“ angekreuzt, so sind dringend Veränderungen einzuleiten.		

Perfektion anstreben!

Selbstverständliches Ziel einer jeden Ausstellung ist es, mehr Interessenten in das Geschäft zu locken. Die Ausstellung muß daher mit Leben gefüllt werden. Und sie muß sich vor allem auch von den Ausstellungen der Wettbewerber unterscheiden. Letzteres ist bei Grabmal-ausstellungen, die heute landauf landab ähnlich aussehen, besonders zu beach-ten. Denn für Grabmalsteinmetzen ist die Ausstellung *die* zentrale Verkaufshilfe, um die sich alle anderen Marketingmaßnahmen gruppieren müssen.

Streben Sie bei der Gestaltung Perfektion an! Der Rasen muß gepflegt und die Steine müssen in einer guten Anord-

nung aufgestellt sein. Nichts ist stören-der als nicht aufgeräumte und unge-pflegte Ausstellungen. Die Steine dürfen auch nicht den kleinsten Ansatz von Moos oder von Kratzern zeigen. Merzen Sie auch noch so unscheinbare Fehler aus! Bearbeiten Sie dazu die **Checkliste 18**, die für Grabmal- und Bauausstellun-gen gleichermaßen gilt. Und nun: Viel Erfolg!

Reiner Flassig

Dies sind die sechs Themen der STEIN-Serie »Der Weg zum Verkaufserfolg mit Hilfe von Checklisten«:

- Marktanalyse (6/98),
- Public Relations (7/98),
- Werbung (8/98),
- Firmenimage (10/98),
- CI und Verkaufsförderung (12/98),
- Ausstellungsräume (2/99).