

MARKETING 2020!



 **MAIK EBENER**

BUCHE DEINEN ERFOLG

NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

Herzlich willkommen zum PROMOTION - Training

PROMOTION

„Empfehlungen und Mundpropaganda sind die mächtigste Form der Kommunikation in der Geschäftswelt!“

***Regis McKenna
Ex-Marketingchef Apple***

Promotion ist...

DIRECT MARKETING – ONE 2 ONE!

Eine verkaufsfördernde Maßnahme die das Image pflegt und aufbaut,
damit der Interessent zum Kunden wird!

**Alle Menschen die etwas für Ihre Gesundheit
und Figur tun möchten, muss man immer mehr**

„abholen“!

DIRECT MARKETING = One 2 One

„Kunden (ab)holen“

Ziele:

- **Imageaufbau,**
- **Image VERBESSERN**
- **Neukunden (kontakt) gewinnung**
- **Aufmerksamkeit & Bekanntheit**
- **Vermitteln von Kompetenz/Positionierung**

Wo habt Ihr persönlich Promotion erlebt?

Du bist ...

- ein heißblütiger Hirsch!
- eine wilde Amazone!
- cooler als Eis!
- ein echt heißer Feger!
- der totale Ladykiller!

... und im Rudel seid ihr ...

- die Partymacher!
- einfach unschlagbar!
- wahre Freunde der Nacht!
- echt süß!

Las Vegas 13.05.08

Ernebert M. G.



Jägermeister

ACHTUNG WILD!

Warum macht man Promotion?

Kunden gewinnen!

(120 Abos pro Jahr mehr!)

Image aufbauen!

(Bekanntheitsgrad bis zu 50% steigern)

Wann ist Promotion erfolgreich?

Wenn Promotion Spaß macht!
Wenn das Konzept stimmt!

Welche Arten von Promotion gibt es?

Beratungspromotion Sampling Messe & Event

Beratungspromotion **bei Erklärungsbedürftigen Produkten & Dienstleistungen**

Beratungs-und Verkaufspromotion:

Vorteile/Leistungen eines Produktes/einer Marke vermitteln und dadurch zum Kauf des vorgestellten Produktes animieren.

Vorteil: Größerer Imageaufbau und direkter Umsatz!

Voraussetzung für Erfolg:

fundierte Produktkenntnisse und Verkaufstalent!

Wichtig:

Vor jeder Aktion eine Produktschulung (Kick-Off Veranstaltung),

Kommunikations- und Verkaufstraining!

Sampling

Verteilung von Warenmuster/Broschüren / Werbematerialien an Endverbraucher oder speziell definierte Zielgruppen

Sampling kann im Handel, in Fußgängerzonen, bei Veranstaltungen, Messen, Events o. Gastronomien stattfinden!

Sampling-Aktionen dienen primär der Bekanntmachung einer Marke, Dienstleistung oder eines Produktes/Angebotes

Um sich vom Wettbewerb abzuheben und um möglichst plakativ in der Öffentlichkeit aufzutreten, werden für Sampling-Aktionen auffällige Teambekleidungen genutzt!

Messe/ Event ... sind Einsätze von Promotern auf Messen und Veranstaltungen!

Mögliche Einsatzbereiche sind:

- 1. Betreuung von Gästen**
- 2. Beratung**
- 3. Animation**
- 4. Moderation**
- 5. Shows**

- Bei der **Themenpromotion** werden Personen nach deutlicher Zielgruppenvorgabe angesprochen!
 - Die Anzahl der Kontakte ist geringer, die Kontaktqualität jedoch höher.
- Bei der **Gewinnspielpromotion** ist die Anzahl der Kontakte höher und der Lead schneller ausgefüllt. Die Qualität der Kontakte ist jedoch u.U. geringer.
 - Entscheidend ist die **Planung & die Ansprache** des Interessenten!

Welche Möglichkeiten bietet Promotion?

So viel Geld!

6 Promoter á 40 Kontakte
50% Telefonkontakt
50% Terminzusagen
50% kommen zum Termin
70% Abschlussquote

240 Kontakte mit Feed Back Karte
120 erreichte Interessenten
60 Terminvereinbarungen
30 Beratungstermine im Studio
mind. 20 neue Mitglieder


**20 Mitglieder x 700 € = 14.000 € Jahresumsatz
bei nur ca. 1000 € Kosten!**

Die Voraussetzungen für erfolgreiche Promotion!

**Promotion muss auffällig
und individuell auf das
Unternehmen abgestimmt sein !
(IMAGE!!)**

Wer sind die besten Promoter?

Die wichtigsten Voraussetzungen!

- 
- **Herzlichkeit!**
 - **Ehrlichkeit!**
 - **Freundlichkeit!**
 - **Begeisterung!**
 - **Das Leuchten in den Augen!**
 - **Persönlichkeit!**
 - **Was will der Kunde?**
 - **Lächeln, lächeln, lächeln!!!**
 - **Atmosphäre schaffen**

Das Promoteam!

- Wie und wo finden Sie Promotion - Mitarbeiter?
- **Im Team und unter den Mitglieder!**
- Weitere Möglichkeit:
- Unis – Schulen – Aushänge – Anzeige
- Eignungstest über gemeinsames Casting

Bestimmen Sie einen Bereichsleitung für das Promotion-Team!

Bereichsleiter aus bestehendem Team oder motiviertes Mitglied!

Alternativ ein erfahrene Promoter aus anderen Bereichen!

Aufgabenstellung eines Bereichsleiters:

Personal- und Einsatzplanung des Promotionteams:

Handoutpromotion – Adresspromotion – Zielplanung – Teamcoaching

Controlling:

Teamarbeit - Auswertung der Ergebnisse (1-6) – Selektion für Callteam

Seien Sie sich bewusst:

"Der/Die Bereichsleiter/in Promo ist "verantwortlich" gemeinsam mit seinem Team die gesetzten Ziele durch die persönliche und fachliche Kompetenz gemeinsam zu erreichen, um somit ausreichend Kontakte (Leads) zu generieren! Desweiteren steht der Imageaufbau durch jede Promotionaktion im Vordergrund! Zum Team gehört auch das Callcenter!

4) Was sind Sie bereit zu zahlen?

- pro Lead
- pro Abschluss
- pro Stunde
- Teamvergütung



Was verdient ein Promoter?

- Grundlohn:
- 5-10 €/Std.
- 20-50 Cent pro Lead
- 3-5 € pro Kunde der im Studio erscheint!
- oder bei Abschluss: 10-20 €

- **Realistisch für einen „guten“ Promoter:**
- 10 Leads pro Stunde
- Bei max 3-4 Std. Promo: 40 Leads

- Ein guter Promoter kann bis zu 40.-€/Std. verdienen!!!

Welches Training ist erforderlich!

Rhetoriktraining
Verkaufsschulung
Promotiontraining

*So einfach ist das! **Checkliste** abarbeiten
und **Promotion-Team-Schulung**
besuchen!*

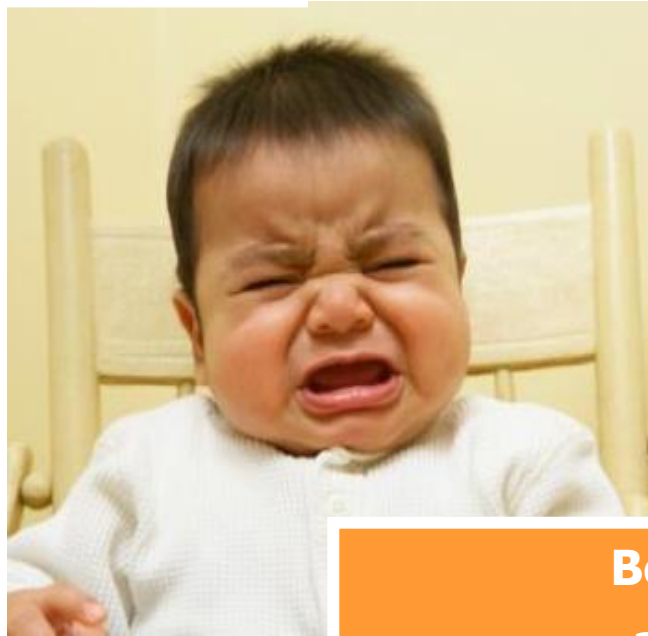
Das Promoteam

... macht maximal 3 - 4 Std. am Stück Promotion

... ist immer mind. zu zweit am Einsatzort

DER ERSTE EINDRUCK

Du hast 7 Sekunden!



Bei Promotion
2 Sekunden!

Bedarfsfestigung !

Jeder Promoter sollte es wissen !

Was bietet der Club?

Wie viele und welche Kurse gibt es?

Seit wann gibt es den Club?

Was kostet eine Mitgliedschaft?

Muss ich einen Vertrag machen?

Was kann ich gewinnen?

Was ist die aktuelle Aktion?

Worauf muss man besonders achten muss!

Von der Seite ansprechen – niemals frontal!

Keine oder wenig geschlossene Fragen (gezielt einsetzen)!

Selbstbewusst, Natürlichkeit, Lächeln!

Freundlichkeit auch bei Ablehnung!

Promotion

**„Die Lust am Scheitern“ oder
„Nimm dich selber nicht so Ernst“.**

**Durch eine entspannte, positive
innere Grundhaltung wird
die Angst vor Fehlern reduziert.**

Motivation & innere Einstellung!

- **Denke nicht daran was du nicht willst!**
- **Arbeite an dir und deiner positiven Einstellung!**
- **Wenn du es nicht tust, tut es jemand anderer**

Wann mache ich Promotion ?

Haupteinkaufszeiten (Fußgängerzone)

Samstag (Großmärkte)

Gesundheitstage, Stadtfest, Gewerbefest

Winter u. Sommer (Hallenbad bzw. Freibad)

Muttertag, Valentinstag

Ostern, Karneval, Weihnachten usw.

Supermärkte

Wo lohnt sich Promotion?

Wo lohnt sich Promotion ?

In welchem Monat was?

Zu welcher Uhrzeit wo?

Welche Zielgruppe spreche ich wie an?

Und vor allem: WER?

Es gibt kein festgeschriebenes „Berufsbild Promoter“!

Voraussetzungen sind jedoch:

- **Spaß im Umgang mit Menschen**
- **begeistern können, Authentizität**
- **freundliches, aufgeschlossenes Auftreten**
- **gepflegtes, seriöses Erscheinungsbild**
- **verantwortungsbewusst, zuverlässig**
- **flexibel im Umgang mit Auftraggebern, Teamkollegen und Konsumenten**
- **Identifikation mit dem Unternehmen, der Marke und dem Produkt, innere Einstellung**

Wie mache ich Promotion ?

Passt das Team zum Studiobild ?

Teamkleidung (sportlich, figurbetont)

Ein Promoter muß erkannt werden !

Die Kleidung muß im Top Zustand sein !

Das Schuhwerk sagt viel aus !

Es ist nicht nur wichtig was man sagt, sondern wie man es sagt !

Wo mache ich Promotion ?

In der Fußgängerzone

In Supermärkten

Auf Großmärkten (gerade am Samstag!)

Örtliche Veranstaltungen: Gesundheitstage, Weihnachtsmarkt, Stadtfest, Gewerbeschauen

Schwimmbäder (als Koop. gewinnen)

Kino, Disco, Konzerte (junge Zielgruppe)

Sportveranstaltungen (Fußball, Eishockey usw.)

u. v. m.

Wer spielt nicht gerne oder hat Spaß?

Glücksrad:	Das wohl bekannteste Spiel!
Lose:	Reizen nicht nur Kinder!
Würfeln:	Alle Punkte gewinnen!
Gewinncoupon:	Bringt Ihnen sofort die Adresse!
Rubbellose:	Etwas teurer als herkömmliche Lose, erhöht aber das Spielniveau!

Themenpromotion:

Fitness-Polizei

ROTE KARTE

Osterhase / Nikolaus

STOP SCHILD

Arzt

TOP 6

1. Würfel
2. Glücksrad
3. Wir bezahlen Ihren EINKAUF!
4. Glückskekse
5. Umfrage mit Gutschein u. Gewinnspiel
6. Fitnessstest (z.B. bei Messen und Veranstaltungen von Kooperationspartnern)



DER „LEAD“ – was muss drauf?

Alles in Druckbuchstaben ausfüllen

Vollst. Name, Adresse, Telef.nr, Email (?), Handynr., Alter, Geschlecht

„Der Gewinn“

Je nach Aktion (Themenpromo) die Schwerpunkte

Wann am besten zu erreichen (Tag & Zeit)

Bereits Mitglied in einem Club?

In welchem?

Namenszeichen Promoter

Klein: Ich bin mit einem Rückruf einverstanden....

Platz für Zusatzinformationen für das Call Center

3 Fragen – Potentieller Kunde?!

ABC (?)

A, B, oder C?

- A = Starkes Interesse, gewinnt auf jeden Fall
- B = Gewinnt ebenfalls (kürzerer Gewinnzeitraum)
- C = Ablage P

PLANUNG!!!

Promotion - Aktion

Promotion - Report

Telefon

Leads - Anmerkungen

Telefonreport

Karteikästen

Beratungstermine

Beratung

Verkauf

Nachfassen nicht erschienenener Beratungen (72 Stunden!!)

Tagesreport Verkauf

Inhalt einer erfolgreichen Promotion Strategie

Wo? Wann? Wie?

Wer? Qualifikation!

**Wie erreiche ich nicht nur Kontakte,
sondern mache daraus „Abschlüsse“?**

**Der Weg zur erfolgreichen Promotion
geht nur über eine perfekte Planung!**

Wie plane ich Promotion?

Planung

Briefing:

- **Mitbewerber Analyse**
- **Zielsetzung – Mitglieder, Leads**
- **Zielgruppe – Wen und Wie ?**
- **Budget – Definieren**
- **Umsetzung – Aktionsideen entwickeln**
- **Einsatzplanung – Wo und zu welcher Zeit**
- **Kontrollen – Listen und Statistik**
- **Rechtliche Überprüfung - Standorte**
- **Organisationsplan – To-do-Liste, Notfallplan**

Telefon:

- **Einsatzplanung – Wann und zu welcher Zeit**
- **Kontrollen – Listen und Statistik**

Planung Promotion Aktion

Kurzbeschreibung:	Promotion „WÜRFEL“!
Standort =	in welchem Supermarkt? (Edeka, Rewe, Tengelmann)
Mitarbeiter =	2 Teams a`2 Personen im Promotionoutfit
Angebot =	Würfel deinen Gewinn (bis zu 1 Woche gratis)!
Reminder =	Luftballons für die Kinder / Verpackung für Erwachsene
Leads =	A,B,C und „gewinnen Sie Fitnessabos im Wert von 3.333 Euro!“
Zeitraum =	9 – 12 Uhr und 17 – 19 Uhr
Datum =	20. Juli – 24.Juli
wie lange =	3 Tage
rotierende Plätze =	Start 9 Uhr Tengelmann / 10 Uhr Rewe / 11 Uhr verschiedenen Tagen
Leads sammeln =	Durch Bereichsleiter direkt nach der Veranstaltung!
Protokoll =	Direkt nach Veranstaltung!
Eintragen in IBS Liste=	innerhalb von 48 Stunden
Mailing=	nach 4 Tagen (28. – 30.Juli)
Telefon / Call Center =	startet ab 1. August

MARKETING 2020!



Datum	Kontaktart	P-ABC	Anrede	Anrede_2	Vorname	Name	Adresse	PLZ	Ort
	BeratungsPromo	A	Herr	Sehr geehrter Herr	Sven	Albert	Altanenwiesenweg 31	D-12345	Musterort
	Sampling	B	Herr	Sehr geehrter Herr	Mirco	Albrecht	Alte Breite 120	D-12345	Musterort
	LeadBox	A	Herr	Sehr geehrter Herr	René	Albrecht	Altenbaunaer Straße 175	D-12345	Musterort
	LeadBox	B	Frau	Sehr geehrte Frau	Sonja	Albrecht	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	BeratungsPromo	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Gabriele	Altendorf	Altmarkt 121	D-12345	Musterort
	LeadBox	C	Herr	Sehr geehrter Herr	Martin	Anders	Altmüllerstraße 33	D-12345	Musterort
	Sampling	A	Frau	Sehr geehrte Frau	Walthier	Andrea	Emmerichstraße 113	D-12345	Musterort
	EventPromo	B	Frau	Sehr geehrte Frau	Eva	Aning	Alt Philippenhof 143	D-12345	Musterort
	Sampling	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Beate	Anselm	Alt Wahlershausen 135	D-12345	Musterort
	LeadBox	A	Frau	Sehr geehrte Frau	Angela	Ante	Du - Ry - Straße 89	D-12345	Musterort
	Sampling	B	Frau	Sehr geehrte Frau	Heidi	Antonich	Eberescheweg 188	D-12345	Musterort
	EventPromo	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Sabine	Antony	Eberhardweg 143	D-12345	Musterort
	Sampling	A	Herr	Sehr geehrter Herr	Claus	Apfel	Eberhard - Wildemuth - Straße 158	D-12345	Musterort
	BeratungsPromo	A	Frau	Sehr geehrte Frau	Judie	Aviles-Quiles	Eckenstückenweg 11	D-12345	Musterort
	Messe	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Nurja	Azizi	Agathofstraße 11	D-12345	Musterort
	LeadBox	C	Herr	Sehr geehrter Herr	Georg	Bachtavoi	Ahnertstraße 11	D-12345	Musterort
	BeratungsPromo	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Sandra	Barlasch	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sonstige	A	Frau	Sehr geehrte Frau	Beatrix	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	B	Frau	Sehr geehrte Frau	Karolina	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	BeratungsPromo	A	Frau	Sehr geehrter Herr	Martin	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	EventPromo	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	LeadBox	C	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	BeratungsPromo	A	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Messe	C	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	A	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	BeratungsPromo	B	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	LeadBox	A	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	A	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	B	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	BeratungsPromo	A	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	EventPromo	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	C	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	C	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	A	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	C	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	BeratungsPromo	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sonstige	A	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	B	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	C	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	BeratungsPromo	C	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	LeadBox	A	Frau	Sehr geehrte Frau	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort
	Sampling	A	Herr	Sehr geehrter Herr	Leslie	Barth	Altenburgstraße 11	D-12345	Musterort

Wichtig auch zu notieren für was sich der Kunde interessiert!
 Figur / Gesundheit / Kurse usw.
 Dadurch ist gezieltes Marketing (Zielgruppen) möglich!

NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

- Themenpromotion, Sampling oder Gewinnspielpromotion?
- **Was sind die Unterschiede?**
 - **Was lohnt sich wann?**

MARKETING 2020!

Muster Promotion – Monatsplan:



	Ort:	Maßnahme/Deko:	Name der Promoter:
Woche 1	Edeka, Funkenstraße: Fr.: 16.00-19.00 Uhr Sa.: 10.00-15.00 Uhr	Wir helfen den Leuten beim einpacken an der Theke! Dies ist eine Dienstleistung, also schön freundlich sein und lächeln! Wir laden Sie zum „würfeln“ ein und Sie gewinnen „1-6“ Tage Fitness und Gesundheit! Für den Gewinn registrieren wir einen Lead mit dem der Kunde sogar weitere Abos im Wert von bis zu 3.333 Euro gewinnen kann! Als „Highlight“ verteilen wir dann die Verpackung „Myline Akut“ mit dem Hinweis auf das Angebot! Zum Abschluss den Reminder und freundlich verabschieden! Magic Moment: Luftballon für die Kinder, Haribo für die Erwachsenen	Fr.: Anneliese Schmitz, Bärbel Häuser Sa.: Thomas Schneider, Peter Frey
Woche 2	Tengelmann, Hauptstr. 12: Mo. – Fr. 17.00-20.00 Uhr	Wir helfen den Leuten beim einpacken an der Theke! Dies ist eine Dienstleistung, also schön freundlich sein und lächeln! Wir laden Sie zum „würfeln“ ein und Sie gewinnen „1-6“ Tage Fitness und Gesundheit! Für den Gewinn registrieren wir einen Lead mit dem der Kunde sogar weitere Abos im Wert von bis zu 3.333 Euro gewinnen kann! Als „Highlight“ verteilen wir dann die Verpackung „Myline Akut“ mit dem Hinweis auf das Angebot! Zum Abschluss den Reminder und freundlich verabschieden! Magic Moment: Luftballon für die Kinder, Haribo für die Erwachsenen	
Woche 3	Toom, Industriegebiet Bleiche:	Wir helfen den Leuten beim einpacken an der Theke! Dies ist eine Dienstleistung, also schön freundlich sein und lächeln! Wir laden Sie zum „würfeln“ ein und Sie gewinnen „1-6“ Tage Fitness und Gesundheit! Für den Gewinn registrieren wir einen Lead mit dem der Kunde sogar weitere Abos im Wert von bis zu 3.333 Euro gewinnen kann! Als „Highlight“ verteilen wir dann die Verpackung „Myline Akut“ mit dem Hinweis auf das Angebot! Zum Abschluss den Reminder und freundlich verabschieden! Magic Moment: Luftballon für die Kinder, Haribo für die Erwachsenen	
Woche 4	Rewe, Kaiserstr.101:	Wir helfen den Leuten beim einpacken an der Theke! Dies ist eine Dienstleistung, also schön freundlich sein und lächeln! Wir laden Sie zum „würfeln“ ein und Sie gewinnen „1-6“ Tage Fitness und Gesundheit! Für den Gewinn registrieren wir einen Lead mit dem der Kunde sogar weitere Abos im Wert von bis zu 3.333 Euro gewinnen kann! Als „Highlight“ verteilen wir dann die Verpackung „Myline Akut“ mit dem Hinweis auf das Angebot! Zum Abschluss den Reminder und freundlich verabschieden! Magic Moment: Luftballon für die Kinder, Haribo für die Erwachsenen	

NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

MARKETING 2020!



An belebten Straßen und Einkaufsstraßen	Zu Stoßzeiten, zu jeder Jahreszeit	Gesundheitspolizei An den Straßen oder auf den Plätzen wird ein Podest aufgebaut auf dem ein Promoter in Polizeibekleidung aus dem Kostümverleih steht. Er verteilt Strafzettel an Passanten (z.B. „Sie sind zu schnell gefahren“, oder „Stop, wann haben Sie das letzte mal etwas für Sich getan?“). Strafzettel als Original an den Kunden der Durchschlag mit Adresse als Lead an den Club. 3 Fragen auf den Strafzettel. 5, 10 & 15 € Strafe. Alternativ: Alkoholtest! Ziel: Kontakte, Interessenten
Überall, an belebten Orten	Zu Stoßzeiten, zu jeder Jahreszeit	Krankenschwester oder Arzt Promoter sind als Arzt oder Krankenschwester verkleidet und verteilen Rezepte, als Durchschlag mit Adresse an den Club. Ziel: Kontakte, Interessenten

NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

MARKETING 2020!



Das Fitnessrezept!

XXL_Rezept 28.02.2008 9:43 Uhr Seite 1

IHR FITNESSREZEPT

Gesundheit
Kurse
Fitness
Sauna
Cardio
Kraft

Wir bieten:

- Fitness & Gesundheit auf über 1000m²
- 200 Parkplätze direkt am Studio
- Über 200 Fitness- und Gesundheitskurse pro Monat
- Hohe Krankenkassenzuschüsse bei regelmäßiger Betätigung

Infos: **hotline: 06032/927830**
www.maik-ebener.de

2 0 0 8

1. Verordnung
2. Verordnung
3. Verordnung



RP. (Bitte Leeräume druchstreichen)

Abnehmen
Rücken
Arbeitslos

Ihr Rezept für 4 Wochen Abnehmen mit Zufriedenheitsgarantie

Gültig bis 3 1 0 3 2 0 0 8

* In Verbindung mit einer Präventionsmaßnahme Ihrer Krankenkasse.

Fitnesscenter

Network Factory
...wir produzieren Ideen und Erfolg!

Arbeitsunlustbescheinigung zur Vorlage beim Ausbeuter

Bei verspäteter Vorlage droht Gedächtnisschwund!

K.O.K.	FKK	LMMA	GEZ	RAF	ZDF	Knaggwurst
--------	-----	------	-----	-----	-----	------------

Name, Vorname des Mitarbeiters

KOZ-Nr.

Lebensberechtigungs-Nr.

Stau?

Quacksalber-Nr.

IQ gültig bis

Datum

Faulenzia vulgaria extrema

Liberosismus Libido (Zügellosigkeit-Trieb)

Lokalpatristismus (Kneipenliebhaberei)

Bereitschaftsraufizienz (Keine Lust)

Rationalisierungsverfügbarkeit (Verzweifelt)

Hyperromantik (Verzweifelt)

Arbeitsunlust seit

Voraussichtlich arbeitsunlustig bis einschließlich

Rumgejult am

Quacksalberstempel / Lesenswerte Unterschrift

NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

MAIK EBENER
BUCHE DEINEN ERFOLG

Wie spreche ich einen Interessenten an?

- Hätten Sie Interesse an Fitness?
- Darf ich Ihnen einen Flyer mitgeben?
 - Haben Sie kurz Zeit?
 - Darf ich Sie etwas fragen?

Die Musterstrategie:

- 1) Einfach den Würfel zuwerfen und sagen: GEWONNEN!
- 2) Der Kunde/Interessent fragt: WAS?
- 3) Wir erklären kurz: 1 - 6 Tage Fitness und Gesundheit.... Und stellen die Frage: "Kennen Sie das Top Fit"?
- 4) Kunde sagt NE: "Wir sind seit 15 Jahren der Fitness- und Gesundheits....."
- 5) Kunde sagt JA: „Super...darf ich fragen woher?“
- 6) Erklären wo das Studio ist!
- 7) Erklären was man für ein Studio ist!
- 8) Einladen auf ein Gewinnspiel!
- 9) Lead ausfüllen
- 10) Reminder mitgeben
- 11) Bedanken und freundlich verabschieden!

Merke:

Je nach Promotionart und Zielgruppe müssen die Einstiegsfragen und der Gesprächsverlauf individuell geplant und festgelegt werden!

Controlling

Erfolgskontrolle

Mit welchem Mechanismus kontrollieren wir die Wirkung unserer Kommunikation?

Wer übernimmt die Kontrolle?

Wer übernimmt die Auswertung?

Bis wann müssen alle Ergebnisse vorliegen?

MARKETING 2020!



Tagesreport Promotion

Tagesreport Promotion					
Datum:					
Aktion:					
Ort:					
	Mitarbeiter	Mitarbeiter	Mitarbeiter	Mitarbeiter	Gesamt
Anzahl der Stunden					
Leads gesamt					
Ausschluss					
Verwertbare Leads					
Bemerkung:					

NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

Wer macht was?

Der Promoter

(Bedarfsfestigung des Clubs und der Aktion, Planung, To Do´s, Ausführung der Promotion mit regelmäßiger Schulung durch Team-Verantwortlichen, pflegen der Promo-Artikel und Bekleidung, Führen des Promotionreports)

Der Team-Verantwortliche

(Meeting für Planung und Schulung, Budgetplanung, Erfolgskontrolle, Statistik, Standort-Erlaubnis, Kooperationen)

Der Telefonist

(Nachfassen der Kontaktkarten, Terminabsprache, Führen der Kartei, Führen der Telefonreports)

Der Verkäufer/Berater

(Beratung, Ablauf 7 Tage Training und Angebot, Führen des Tagesreportes, Führen der Kartei, Abschluss Mitgliedschaften)

Das erfolgreiche Call Center!



Wofür brauchen wir ein Call Center?

- Kündigungsnachbearbeitung**
- Wo-bist-Du?**
- Außenstände nachtelefonieren**
- OK-Termin**
- Beschwerdemanagement**

Interessenten

- Promotion**
- Nicht zum Termin erschienen**
- Kalt-Akquise**



Voraussetzungen Call Center

Deutliche und klare Aussprache

Temperamentvolle Tonnation (Freude rüber bringen, lächeln, Innere Einstellung)

Bedarfsfestigung (Welches Gewinnspiel? Was verschenken wir?)

Begleiten können (Bedarfsanalyse beim Kunden, Bedarfsfestigung)

Terminvereinbarung (Alternativfragen stellen, Di. o. Do.)

Die größten Herausforderungen beim Telefonieren?

80 % Augen



15 % Gehör



5 % der Rest



KONZENTRATION!



Kontinuierliche Motivation!

Spaß haben und vermitteln!

Call nach einer Promotion!

Guten Tag, Sportstudio Meier, mein Name ist _____. **P A U S E**

Spreche ich mit Frau Susanne Müller? **P A U S E**

Schön, dass ich sie gleich am Telefon habe. Letzten Samstag haben sie uns im Supermarkt kennengelernt und Sie haben ja „gewürfelt“ und direkt 4 Tage Fitness und Gesundheit gewonnen. Ich wollte gerne mit Ihnen einen Termin vereinbaren denn Sie starten mit einem „Personaltraining“ und das möchten wir terminieren. Frau Meier, wann passt es Ihnen am besten, tagsüber oder abends?

Call nach einer Promotion und einem Mailing!

Guten Tag, Sportstudio Meier, mein Name ist _____. P A U S E

Spreche ich mit Frau Susanne Müller? P A U S E

Schön, dass ich sie am Telefon habe. Letzten Samstag haben sie uns ja im Supermarkt kennengelernt und Sie haben beim WÜRFELN 6 Tage Fitness und Gesundheit im Wert von 100 Euro gewonnen! Frau Müller....den Gutschein haben wir Ihnen vor 4 Tagen per Post zugesendet und ich wollte einfach sicher sein, dass er auch bei Ihnen angekommen ist!?

Meine liebe Kollegin „Anja“ hat Ihnen ja zusätzlich ein „PT“ geschenkt.... und da wir das planen müssen möchte ich gerne mit Ihnen einen Termin vereinbaren.

Frau Müller, wann haben sie am besten Zeit, tagsüber oder abends?

Frau..... Wir freuen uns sie am ... um... in unserem Hause begrüßen zu dürfen. Wissen sie wie sie zu uns finden?

EINLADUNG EINER ZWEITEN PERSON !!!!

Frau Müller.....da Fitness ja zu zweit noch mehr Spaß macht ein Vorschlag.....

Wenn der Kunde die 7 Tage nicht in Anspruch nehmen möchte, trotzdem sehr höflich bleiben und darauf aufmerksam machen, dass er den Gewinn weiter verschenken kann!

Höflich verabschieden!



NICHT LOSLASSEN!
DU HAST IHN!



MARKETING 2020!



#NEUEWEGE20.20

ICH BIN DABEI!

NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

 **MAIK EBENER**
BUCHÉ DEINEN ERFOLG

MARKETING 2020!



**„WIR ZAHLEN
DEINEN EINKAUF!“**
*

21
Gewinnspiel/Verlosung!

* Mit etwas Glück zahlen wir Deinen Einkauf, unter allen Teilnehmern verlosen wir am Ende des Tages den Einkauf, sowie weitere attraktive Gewinne!

Einfach den Warenwert in das Feld eintragen und los geht's!

Dein
Rechnungsbetrag:

DEIN
bspw. 100,- €

RECHNUNG ABSCHICKEN!

Die Teilnahme ist gratis und unverbindlich.
Den Kassenbeleg unbedinet.

NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

MARKETING 2020!



Einfach den Warenwert in das Feld eintragen und los geht's!

Dein
Rechnungsbetrag:

52.-

RECHNUNG ABSCHICKEN!

Die Teilnahme ist gratis und unverbindlich.

Den Kassenbeleg unbedingt



NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

MARKETING 2020!



TEILNAHME GESICHERT!

Jetzt nur noch das Kontaktformular ausfüllen und an der Verlosung teilnehmen.
Dein ERFOLGSKONZEPT-Team

Teilnehmerdaten

Sind Sie bereits Mitglied?

Ja Nein

Anrede

Herr

Name *

Name

Vorname *

Vorname

Telefon *

Telefon

E-Mail

E-Mail



NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

MARKETING 2020!



Vorname *

Telefon *

E-Mail

Erreichbarkeit

Ich habe die Teilnahmebedingungen gelesen und stimme ihnen zu!

Ich habe die Datenschutzhinweise gelesen und stimme ihnen zu!

JETZT TEILNEHMEN!

NEUE WEGE – NEUES DENKEN!

§ 20 Präventionskurs



So viel Geld!

1.Jahr!

100 Mitglieder

a` 100.- Euro = 10.000.- Euro

2.Jahr!

50 Mitglieder aus 1.Jahr

a` 100.- Euro = 5.000.- Euro

100 Mitglieder

a` 100.- Euro = 10.000.- Euro

2.Jahr!

100 Mitglieder aus 1/2.Jahr

a` 100.- Euro = 10.000.- Euro

100 Mitglieder

a` 100.- Euro = 10.000.- Euro

Die meisten Mitglieder dürfen pro Jahr an zwei Kursen teilnehmen!