

Wenn Sie für Ihre Kunden schon den Weihnachtsmann spielen, dürfen Sie durchaus auch mal neue Ideen haben!



Lieber Charme statt Champagner

Weihnachten kommt auch dieses Jahr wieder überraschend schnell. Wie finden Sie diesmal trotzdem aus der Geschenk-Routine heraus? Wir liefern Ideen.

Bei vielen Schreinerunternehmen dürfte das Fest der Besinnlichkeit diesmal sogar stören, wollen sie doch im Interesse ihrer Kunden möglichst viele Leistungen noch im alten Jahr zu Ende bringen. Schließlich unterliegt, was vor dem 1. Januar 2007 abgenommen oder geliefert wird, noch der 16-prozentigen Mehrwertsteuer ...

Viele Ihrer Kunden kommen dagegen zur Weihnachtszeit zur Ruhe und sind empfänglich für Aufmerksamkeiten. Ein Unternehmer, dem seine Kunden wichtig sind, darf dies am Fest der Freude ruhig zum Ausdruck bringen. Dabei geht es niemals um Größe oder Menge der Zuwendung: Im Vordergrund steht vielmehr immer das Wie.

Vor kurzem erzählte mir eine Handwerksunternehmerin, sie backe Weihnachten immer Plätzchen für ihre wichtigsten Kunden und bringe sie persönlich vorbei. Im Verhältnis zum Aufwand erzielt sie damit einen unglaublichen Effekt. Fazit: Lieber Charme als Champagner! Zeigen Sie also Kreativität und Menschlichkeit; immerhin zeichnen Sie diese Werte als Schreinermeister aus.

Besondere Kunden verdienen eine besondere Behandlung. Wer sind die 20 Prozent, die in der Regel 80 Prozent Ih-

res Umsatzes ausgemacht haben? Berücksichtigen Sie bei Ihren Geschenk-Ideen gegebenenfalls auch das familiäre Umfeld wie zum Beispiel Kinder!

Ihr Weihnachts- und Neujahrsgruß:

- Handschriftlich heißt das Zauberwort!
- Verwenden Sie Sondermarken.
- Zum Text: Weihnachtsgedichte und -geschichten sind besser als die üblichen Plattitüden vom »Frohen Fest« etc.
- Außergewöhnlichem Rezepten (Vanillekipferl) kommen gut an.
- Wohlfühl-Tipps für die kalte Jahreszeit erzeugen Sympathie.
- Weihnachtliche E-Cards per E-Mail sind Massenware und wenig geeignet, persönliche Wertschätzung ausdrücken. Zeigen Sie dem Kunden Ihre Dankbar-

Die Autoren

Burga Warrings und Uwe Engelhardt
Marketingagentur Provice
86899 Landsberg, Tel.: (08191) 9852-16,
Fax: 9852-79, www.provice.net

*dds-Abonnenten erhalten kostenlos
Weihnachtspost-Vorschläge für den
Eigengebrauch.
Einfach anfordern bei info@provice.net,
Stichwort: Weihnachtspost dds*

keit für seine Treue und dass Sie auch zukünftig für ihn da sein möchten.

Ihr Weihnachtspresent: Ein Geschenk ist wertvoll, wenn es Freude macht. Bloß keine 08/15-Streuartikel – lieber

- ein kleines besinnliches Buch oder
- Marienkäfer, Kleeblatt, Schweinchen aus Holz (Glück)

Weitere Ideen gibt's bei www.presents4friends.com oder www.shoporakel.de

Ihr Weihnachtsevent:

- Weihnachts- und Krippenausstellung
- Ausstellung mit Filzhandwerkerin
- Kunden in der Ausstellung gegen ein Geschenk ein Gedicht vortragen lassen
- Adventskalender XXL

Denkanstöße für die Weihnachtsaktion

- Was möchten Sie generell mit Ihrer weihnachtlichen Maßnahme bezwecken?
- Wen aus Ihrem Umfeld (Kunden, Multiplikatoren etc.) möchten Sie womit beglücken (Briefgruß, Geschenk, Aktion)?
- Welches Budget können Sie dafür bereitstellen, und wie groß ist Ihr Zeitaufwand?
- Wie viele Geschenke brauchen Sie, und woher können Sie diese beziehen?
- Wie und wo findet die Übergabe Ihrer Geschenke statt?
- Können Sie auf besondere (evtl. neue) Leistungen Ihrer Angebotspalette verweisen und damit den Umsatz ankurbeln?
- Wie lässt sich ein Bezug zu Ihrer Firmenphilosophie (Slogan etc.) herstellen?
- Geht bei wichtigen Kunden aus Ihrer Kundenkartei etwas über deren besonderen Interessen (Hobby, Wünsche) hervor, sodass Sie Ihr Geschenk gezielt darauf abstimmen können?

- Märchenerzähler, Kinderzirkus, Schneeflockenfest
 - Weihnachtsbäckerei
 - Glühweinumtrunk, Weihnachtsbasteln
- Denken Sie daran, dass die weihnachtlichen Aktivitäten einen Bezug zu Ihrer sonstigen Kommunikation haben sollten (z. B. Slogan »Dafür schlägt unser Herz« = Holzherz als Geschenk). Und vergessen Sie nicht sich selbst und Ihre Mitarbeiter: Dekoration tut einfach der Seele gut, und das gemeinschaftliche Feiern fördert Ihr Betriebsklima.

Burga Warrings, Uwe Engelhardt

Im nächsten dds (Januar 2006):

»Wann ist ein Internetauftritt attraktiv?«