

geht der Konsument ohnehin, den Fachhändler hingegen muss er „bewusst“ aufsuchen. Doch wenn der Konsument schon gezielt zum Fachhändler kommt, dann sollte letztgenannter sich besonders anstrengen, das Interesse des Kunden zu belohnen und dessen Bilderwünsche professionell und zu dessen voller Zufriedenheit zu erfüllen. Der Fotofachhandel kann's ja!



► Demnächst lassen sich mit einem Stapelschneider und einer Stanzform aus einem laminierten Cover viereckige Bild-Bierdeckel produzieren. *Abb.: M. Wild*



► Eine weitere Verwendungsmöglichkeit für die Bierfilze besteht darin, sie auf der Rückseite mit Magnetstreifen zu versehen und als Magnetbilder an die Pinwand zu geben. *Abb.: M. Wild*

Ansichts-Sache

Zum erfolgreichen Marketing gehört neben der professionellen Gestaltung auch die attraktive Präsentation der eingesetzten Werbemittel. Wem nutzen die bestgestalteten Plakate, Aufkleber, Flyer, wenn sie der aktive wie potentielle Kunde nicht zu Gesicht bekommt? Beispielsweise, weil Plakate und Fensteraufkleber ungenutzt im Lager verstauben, weil vergessen worden ist, sie zeitnah oder nach dem Fensterputzen anzubringen und/oder die Straßenaufsteller damit zu bestücken. Da stellt sich die – nicht ganz ernst gemeinte – Frage: „Wie viele Kunden gehen durchs Lager?“ Ein ähnliches Schattendasein fristen auch viele Handzettel oder Werbebroschüren, die sinnvollerweise an den Bildannahmeterminals, an der Gerätetheke, in der Besprechungsecke des Studios und an der Kasse im Sichtfeld der Kunden ausliegen sollten. Besser noch, wenn die werbenden Informationen den Kunden bei jeder sich bietenden Gelegenheit persönlich übergeben werden. Dazu besteht immer dann die Möglichkeit, wenn sich König Kunde im Ladenlokal aufhält. Wer's besonders gut machen will, wird dem Kunden das Werbematerial nicht wortlos in die Hand drücken, sondern verkäuferisch geschickt auf die eine oder andere Besonderheit oder Neuheit hinweisen, die für den Angesprochenen gerade jetzt oder in Kürze besonders interessant sein könnte. Wer seine Stammkunden kennt, weiß schließlich um deren Vorlieben und kann jeden sprichwörtlich gezielt auf die beworbenen Aktionen, Neuheiten, Dienstleistungen aufmerksam machen. „Und zur Erinnerung gebe ich Ihnen noch diese Information mit. Falls Sie dazu oder zu den anderen aufgeführten Angeboten noch Fragen haben, sprechen Sie mich bitte an“, könnte beispielsweise die keineswegs aufdringliche,

aber recht persönliche Kurzansprache des Verkäufers lauten.

Im turbulenten Tagesgeschäft finden die eingesetzten Werbemittel nicht immer die Beachtung, die auch der Unternehmer und sein Team ihnen unbedingt schenken sollten. Der Straßenstopper etwa wird zum Geschäftsschluss von der Straße hereingeholt und am nächsten Tag wieder genauso hinausgestellt. Wem fällt dabei noch auf, dass die Scheiben des Aufstellers trüb, dass die darunter befindlichen Plakate blass und unansehnlich geworden sind. Noch schlimmer, wenn die Osterwerbung noch im Juni täglich vor die Tür gestellt wird, am Schaufenster prangt, als Handzettel an der Kasse ausliegt oder – nicht minder kurios – noch die Homepage des Anbieters ziert. Marketingfachleute wissen diesbezüglich viel zu erzählen und machen aus gutem Grund darauf aufmerksam, als Werbetreibender regelmäßig auf die Aktualität, den makellosen Zustand und die propere Präsentation der eingesetzten Werbemittel zu achten. Schließlich sind sie ein nicht unbedeutender Kostenfaktor und sollen verkaufs- und imagefördernd wirken. Letzteres trifft auch auf jene Werbemittel zu, die der Händler von Lieferanten oder anderen Dritten gestellt bekommt. Da der Chef/die Chefin bekanntlich nicht alles im Blick haben kann, empfehlen Werbeprofis, die Mitarbeiter mit einzubinden. Jene, die die Werbemittel auslegen, anbringen und hinausstellen, sollten darauf achten, dass das Material aktuell und makellos präsentiert wird, wozu auch der ohnehin tägliche Blick auf die hauseigene Homepage gehört. Erst einmal zur Routine geworden, werden diese Maßnahmen nicht mehr vergessen, kommt das eingesetzte Werbematerial optimal verkaufsunterstützend zur Geltung.