

Aufgrund der positiven Resonanz bei der Veranstaltung im September findet am 15. November nochmals das BBE-Seminar „**Merchandising – zum Ausbau von Wettbewerbsvorteilen**“ statt. Einen Tag lang dreht sich in den Räumen der BBE-Unternehmensberatung in Köln alles um die Inszenierung von Warenwelten. Sie erfahren, wie ein Laden ansprechend gestaltet und wirkungsvoll dekoriert werden kann. Nehmen Sie viele praktische Anregungen für Ihr eigenes Geschäft mit nach Hause. Die Tagungsgebühr beträgt 495 Mark zzgl. MWSt. Als EHB-Abonnent können Sie zum Sonderpreis von 395 Mark teilnehmen.

**Nähere Informationen und Anmeldung:**  
BBE-Unternehmensberatung GmbH, Herrn Dirk Hecking, Gothaer Allee 2, 50969 Köln,  
Tel.: 0221/93655-335, Fax: -362.

**Werbung, Verkaufsförderung, Service .....9/821**

### **+++ Kunden geschickt leiten**

**Nur mit einer gezielten Erhöhung der Verweildauer in Ihren Verkaufsräumen steigen Ihre Umsatzchancen.** Daher ist es unverzichtbar, dass Sie Ihr Ladenlayout attraktiv planen, um durch die Warenpräsentation und vor allem durch ein geschicktes Kundenleitsystem Ihre Klientel möglichst lange in den Verkaufsräumen zu binden. Die chinesische Harmonielehre „Feng-Shui“ stellt für den Ladenbau einen möglichen Ansatz dar, da sie stark verkaufpsychologische Erkenntnisse berücksichtigt. Hiermit kann eine verkaufsfreundliche Atmosphäre geschaffen werden, die schneller Kaufimpulse auslöst, da sich bei den Kunden ein Wohlfühlgefühl einstellt. So Daniel Schnödt, Unternehmensberater und Experte im Bereich „Merchandising“.

**Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung des Feng-Shui-Konzeptes ist eine differenzierte Raumzonenbetrachtung.** Denn wegen der Rechtslauf-Tendenz Ihrer Kunden ist es erforderlich, jeden Bereich im Verkaufsraum entlang der Hauptwegeführung derart interessant zu gestalten, dass ein regelmäßiger Wechsel von Spannung und Entspannung eintritt. Deshalb sollten Sie bereits im Eingangsbereich, z. B. durch die Decken- und Bodengestaltung, die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden auf Ihr Sortiment lenken. Im weiteren Verlauf des Kundenweges ist es empfehlenswert, durch einen Wechsel von Impulskaufzonen mit solchen, in denen Sie Ihre Kernkompetenzen darstellen, Abwechslung zu schaffen. Vor allem an der Kasse kommt es noch einmal darauf an, durch anspruchsvolle Sortimente die Kaufentscheidungen zu bestätigen.

**Bitte beachten Sie:** Bei Ihrer individuellen Verkaufsraumgestaltung sollten Sie grundsätzlich rechtwinklige Laufflächen vermeiden. So können Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden vom Hauptweg aus auf die wesentlichen Sortimente lenken. Von großer Bedeutung ist die Platzierung von Wiedererkennungsobjekten, wie z. B. Fotos, an Richtungsänderungspunkten und in einzelnen Abteilungen. Sie tragen dazu bei, Höhepunkte und eine Atmosphäre von Vertrautheit und Abwechslung zu schaffen.