

Hintergrund

Städte und der innerstädtische Einzelhandel erleben in Mittel- und Oberzentren eine merkliche Erholung. Stadtmarketing und qualitativer Citycheck, Leerstandsmanagement oder Initiativen wie BID oder PPP sind nur eine schlüssige Erklärung.

Zielsetzung

In diesem Zuge muss aber auch der Einzelne betrachtet werden. Dabei stehen schnelle und kostengünstige Umsetzungsmöglichkeiten sowie Handlungsempfehlungen im Vordergrund.

Aufbruchstimmung durch gespürte Veränderungen und Qualitätserhöhung erzeugen.

Kostenteilung bis zu 75%

Wir bieten Ihnen ein Gesamtkonzept das für Einzelunternehmen und Gruppen mit hohen Zuschüssen des Europäischen Sozialfonds, oder Bundes- und Landesmitteln gefördert wird.

Ablauf und Inhalte

1 Tag	1 bis 6 Wochen	1 Tag
Start Up		
	Storecheck	
	Kundenbefragung	
	„Visual Merchandising“	
	„Ramadama“	
		Ab-schluß

I. Start Up

2-stündige Veranstaltung mit Trends im Handel, Visual Marketing, Sortimentsordnung und Storelayout „Wer (ver)kauft Was Wo und Warum“.

Vorstellung des Qualitätskonzeptes City- und Storecheck.

Inhalte

II. StoreCheck:

Erfassung der inhabergeführten Händler und/ oder Filialunternehmen an Hand eines erprobten Detailchecks mit

- ⇒ Handlungsempfehlungen
- ⇒ Konzeptvorschlägen

III. Kundenbefragung

auf Anfrage der Einzelhändler mit einem erprobten Kurzfragebogen.

IV. Workshops auf Anfrage

mit Händlern oder Gruppen die untersucht und optimiert werden oder neue Wege gehen möchten.

V. Abschluss

mit den Ergebnissen aller Einzelmaßnahmen an Hand positiver Beispiele und auch Benchmarks.