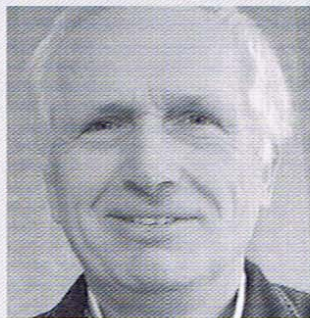


Bedeutung von Zusatzaktionen?

Wein verkauft sich nicht von alleine. Welche Bedeutung haben Zusatzaktionen wie Verkostungen oder Kochkurse für Sie, um Kunden zu gewinnen und zu binden? Was für Aktionen bieten Sie an? Was für Ideen haben Sie für die Zukunft?



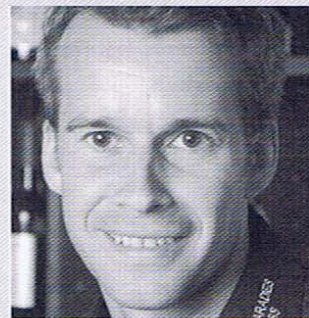
»Auf Feiern sind wir mit einem Ausschank«

Norbert Walter,
Tee & Wein, Lohfelden



»Wir legen einen großen Wert auf Individualität«

Joachim Spies,
BASF Kellerei, Ludwigshafen



»eine gute Möglichkeit, sich abzugrenzen«

Robin Apel,
Weinparadies Hess, Bielefeld



»Regionale Netzwerke sind uns sehr wichtig«

Andrea Bade,
El Campo, Bad Wünnenberg

Die Aussage, dass sich Wein nicht von alleine verkauft, können meine Frau und ich nur bestätigen! Es genügt längst nicht mehr, gute Weine zu vernünftigen Preisen in die Regale zu stellen und den Laden aufzusperren. Wir haben von Anfang an großen Wert gelegt auf besondere Wein-Aktionen, Teilnahme an Events und die Zusammenarbeit mit Partnern. Wir veranstalten bei uns im Geschäft themenbezogene Weinproben: Weine aus einzelnen Regionen oder auch einzelne Rebsorten. Weinproben bieten wir aber auch als besonderes Event bei Firmen und Privatkunden an. Gegenwärtig planen wir eine Weinverkostung zusammen mit einem ortsansässigen Wursthändler. Fester Bestandteil unseres Jahres ist das Lohfeldener Moonlight-Shopping, bei dem wir neben dem Verkauf auch einen Weinausschank anbieten. Auch bei Dorffesten, kulturellen Veranstaltungen (Kultursommer Nordhessen), und auf Firmenfeiern sind wir mit einem Weinausschank vertreten.

Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass der alleinige »Verkauf« von Wein zur Kundenbindung nicht mehr ausreichend ist. Heute sind eine Reihe weiterer Dienstleistungen erforderlich, um die Kundentreue zu erhalten. Das Thema Wein ist inzwischen gesellschaftsfähig und es gehört gewissermaßen zum guten Ton, sich mit Wein zu beschäftigen und auszukennen. Themen wie Sensorik, Rebsorten oder andere Basics zum Weinwissen werden zunehmend von unseren Kunden nachgefragt. Um darauf einzugehen, bieten wir Interessierten Aktionen wie z. B. Weinseminar und Weinkollegs an. Wir verstehen uns in vielen Bereichen als Brücke zwischen Erzeuger und Kunde und richten Veranstaltungen daran aus, um beide Seiten einander näher zu bringen. Bei Präsentationen rund um den Wein legen wir einen großen Wert auf Individualität. Themen, die Kunden bewegen, setzen wir in Wein um. Für den Kunden erschaffen wir dadurch einzigartige Veranstaltungen.

Besondere Aktionen wie Weinproben, Events etc. gewinnen immer mehr an Bedeutung für den Fachhandel. Es ist eine gute Möglichkeit, sich von anderen abzugrenzen und zu zeigen, warum es sich lohnt, »unser Kunde« zu sein. Es ist außerdem auch ein Punkt mit dem man den persönlichen Kontakt zu seiner Kundschaft ausbauen kann. Da allerdings der Markt immer mehr bietet, sollte man sich genau überlegen, was, wann und wie man ein Event anbietet. Der Kunde muss das Gefühl haben, dass er auf einer guten Veranstaltung war. Zu unserem festen Terminkalender gehören zwei große Weinproben im Jahr, zu denen wir unsere Kundschaft einladen und bei denen wir auch versuchen, Neukunden zu akquirieren. D.h., wir bieten Weine von ca. 12 Winzern bzw. Ausstellern gegen eine kleine Gebühr zur Verkostung an. Außerdem beteiligen wir uns einmal im Jahr am Weinmarkt in der Bielefelder Altstadt und bieten ca. zwei bis drei zusätzliche Events an.

Einfach nur die Tür aufmachen und warten, was passiert? Das war bei El Campo noch nie unser Ding. Aus klassischen Proben am Anfang ist eine Vielzahl abwechslungsreicher Aktionen geworden. Unser Ambiente mit Fachwerk und Kamin ist die ideale Kulisse. Themen wie Wein in Kombination mit Schokolade oder mit Gewürzen verschaffen neue Geschmackserfahrungen. Zweimal im Jahr laden wir zu unserer großen »Probierwoche« ein. Dann stellen wir die neue Weinkollektion vor. Regionale Netzwerke sind uns sehr wichtig. Wir sind immer auf Tour und stellen in Kooperation mit anderen Unternehmen allerhand auf die Beine: vom Benefiz-Dinner über das Event für Premium-Kunden bis zur Jagdmesse. Unser aktuelles Projekt: die Kochschule, die wir gemeinsam mit einem Küchenstudio und einem Restaurant eröffnet haben. Hier bieten wir Weinseminare und Kochkurse an. Besonders gefragt: unsere Küchenpartys und die Businessklasse für Firmenveranstaltungen.