

Zwischen Weihnachten und Weihnachten

Es liegt auf der Hand: Weihnachten ist in der Branche mit einem Anteil zwischen 30 und 40 Prozent nach wie vor die tragende Umsatzsäule. Manche setzen allzu große Hoffnung auf diesen umsatzträchtigen Zeitraum, um das Geschäftsjahr passabler zu gestalten. Unser Fachautor **Alexander Schmidt** zeigt auf, welche Anlässe und Möglichkeiten es außerdem gibt, die restlichen 330 Tage erfolgreich Umsatz zu machen.

Wie wichtig das Weihnachtsgeschäft für den Juwelier ist, muss nicht diskutiert werden. Manch ein Juwelier setzt in dieser Zeit bis zu 30 Prozent seines Jahresumsatzes um. Das ist ein Wort! Eine Garantie dafür gibt es allerdings heute nicht mehr. Deshalb ist es wichtiger denn je, die restlichen 330 Tage für sein Unternehmen konsequent und sinnvoll zu nutzen. Anlässe gibt es genügend, um seine Umsatzziele zu erreichen.

Kommen Sie pünktlich zur Hochzeit

Es gibt so viele Hochzeiten, auf denen Ihr Unternehmen tanzen kann, doch den Walzer müssen Sie beherrschen. Bleiben wir bei der Hochzeit. Marketing für Trauringe liefert die Industrie frei Haus. Was ist mit der Uhr und



den Manschettenknöpfen für den Bräutigam, dem Collier für die Braut mit den passenden Ohrsteckern und Armband. Bei Trauringen geht was, Heiraten ist mehr denn je en vogue, Verlobungen und Partnerschaften auch!

Weitere für Sie lukrative Anlässe wie Ostern, Muttertag, Vatertag, Valentinstag und Kommunion, Konfirmation und Schulbälle aller Art stehen in der ersten Jahreshälfte an. In der zweiten Jahreshälfte steht die Einschulung und Nikolaus auf der Liste. Doch zwei Anlässe, die täglich tausendfach stattfinden, werden gerne vergessen und sind tatsächlich für jeden von uns der wichtigste Anlass: Der Geburtstag jedes Einzelnen und je nach Bundesland auch der Namenstag.

Auch zwischen Januar und Dezember für den Kunden da

Sie sehen, es gibt genügend Gründe (Anlässe) Gas zu geben. Zeigen Sie diese auch Ihren Kunden und denen, die es noch werden wollen. Sie werden es Ihnen danken. Eines kann ich Ihnen schon heute versprechen: Ihr Weihnachtsgeschäft wird in Zukunft noch besser werden!

Dem Mitbewerber immer einen Schritt voraus

Sie haben definitiv einen großen Vorteil gegenüber Ihrem Mitbewerber, wenn Sie, ja genau Sie, damit beginnen, und zwar jetzt. Entscheiden Sie sich heute aktiv zu werden. Morgen schon tragen Sie die ersten Früchte, während Ihr Mitbewerber im Januar bereits wieder auf Weihnachten wartet. Werden Sie aktiv, nehmen Sie für Marketing Geld in die Hand, Step by Step. Dauerhaft zahlt sich das definitiv aus.

Fazit

Starten Sie jetzt durch! Was Sie alles für einen umfangreichen Marketingplan benötigen, welche Maßnahmen dazu wichtig sind, das lesen Sie in den nächsten Ausgaben von Schmidts Tipps! Für Kurzentschlossene: Rufen Sie den Schmidt einfach an, mein Team und ich bringen Sie gerne wieder auf Spur.

www.schmidt-aktionsverkauf.de

Zur Person

Alexander Schmidt ist seit über 35 Jahren im Einzelhandel tätig. Seit mehr als 16 Jahren bietet er Konzepte für Verkaufsaktionen, wie Jubiläums- und Umbauverkäufe sowie Lösungen für Geschäftsaufgaben, z. B. aus Altersgründen, an. Davor war Schmidt Inhaber eines Einzelhandelsfachgeschäfts, bevor er es per Räumungsverkauf veräußerte und sich als Berater selbstständig machte.

