

Lebensraum Buchhandlung: attraktiv für Mitarbeiter und Kunden, rentabel für den Unternehmer *Fachtagung 2019 für Unternehmer im Buchhandel- Konzepte auf neurowissenschaftlicher Basis*

Kurztext:

Die Fachtagung 2019 beschäftigt sich mit veränderten Kundenanforderungen, den Konzepten der Filialisten und den sich daraus ergebenden Chancen in der Sortimentsgestaltung für den inhabergeführten Buchhandel. Eine andere Art der Sortiments- und Themengestaltung schließlich stellt für qualifizierte Mitarbeiter eine kreative Herausforderung dar und löst beim Kunden Impulskäufe aus.

Durch die Transparenz des Buchangebots nimmt das inhaltliche Know-how Ihrer Kunden kontinuierlich zu, mit der Konsequenz, dass Ihr Kunde Ihr Sortimentsangebot immer besser bewerten kann. Der Kaufort, stationär oder online, wird in Abhängigkeit vom aktuellen Anlass und Bedürfnis aufgesucht. Als stationäre Buchhandlung überzeugen Sie vor allem mit **Orientierung** und **Inspiration** bietenden Inhalten, insbesondere im Bereich der Sachthemen. Die **Themen** Ihrer Kunden müssen mit einem **tiefen wechselnden Sortiment** angeboten werden. Toptitel lassen sich bequemer online kaufen, deren Bedeutung wird weiter abnehmen. Entscheidender Erfolgsfaktor der Zukunft ist Ihre **Sortimentsstruktur** und deren inhaltlich differenzierte Präsentation in einem einladenden **Ambiente**.

Dazu gehören auch begeisterte **Mitarbeiter**, denn der Standort hat zwar eine hohe Bedeutung, aber Kennziffern wie z.B. der Durchschnittsböhen hängen vom Engagement Ihrer Mitarbeiter ab. Kernkompetenz des stationären Buchhandels sind die Inhalte, die sich dem Kunden über die **Sortimentsgestaltung** präsentieren und in überzeugenden **Verkaufsgesprächen** kommuniziert werden. Dafür bedarf es qualifizierter, motivierter Mitarbeiter, die in einem wirtschaftlich erfolgreichen Unternehmen arbeiten wollen und Anforderungen an die emotionale Kompetenz der Führung stellen. Dauerhafte Motivation entsteht aus der Qualität der Arbeit und dem Arbeitsumfeld. Auf Kundeninteressen ausgerichtete Sortimentskonzepte und thematische Präsentationen erfordern einen umfassenden Marktüberblick und sind für Mitarbeiter viel spannender als die Auslage von Toptiteln, denn darüber können neue Stärken ausgebildet oder weiterentwickelt werden.

Programm:

Erfolg hat, wer dem Kunden einen einzigartigen Nutzen bietet

- Rahmenbedingungen
- Wie sich das Kundenverhalten weiter verändern wird
- Der einzigartige Kundennutzen: Ambiente und Sortiment

Gehirngerecht arbeiten: Wie Motivation im Gehirn entsteht

Sortimentskonzepte zwischen Tradition und Inspiration

- Die neuen Konzepte der Filialisten
- Differenzierung im Wettbewerb
- Sortimentskonzepte mit Zukunft
- Wie Sie mit Themen Ihren Barumsatz sichern

Orte/ Termine

Jeweils 10 Uhr bis ca. 16.30 Uhr

26.März	Hamburg/ Buchholz i.d.Nordheide
27.März	Kassel (an der A 44)
2.April	Sandhausen b. Heidelberg, Bad.-Württemberg
3.April	Crailsheim, Nord-Bad.-Württemberg/ Bayern,
9.April	Köln
10.April	Köln