



Praxistag Kataloggestaltung und -optimierung

Wie Sie Ihren Katalog noch verkaufsstärker gestalten

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen,

als Versandhändler wissen Sie: Ein Katalog ist mehr als nur eine Ansammlung von Produkt-Fotos mit Bestellnummern, kurzen Texten und einem Preis. Es existieren langjährig getestete aber auch neue Gesetzmäßigkeiten für die Gestaltung von Titel, Rücktitel, Auftakt-, Innen-, und Abschlusseiten. Und Sie wissen: Der Katalog ist ein wichtiger Baustein Ihrer Kundenansprache!

Kennen Sie die wichtigsten Katalog-Regeln? Setzen Sie die kleinen und großen Stellschrauben für mehr Umsatz mit Ihrem Katalog schon optimal ein? Würden Sie gerne mehr Bestellungen und mehr Ertrag mit Ihrem Katalog generieren? Ist Markenbildung und Markenführung im Katalog ein Thema für Sie?

Dann empfehle ich Ihnen diesen Praxistag zur Kataloggestaltung und Katalogoptimierung.

1-Tages-Seminar am
10. April 2012
in Köln

Wie Sie Ihren Katalog erfolgreich planen und optimieren, lernen Sie in diesem eintägigen Workshop der Versandhandelsakademie. Das Seminar ist einerseits für Einsteiger geeignet, die aktuell über einen Online-Shop verkaufen, ihren Kunden aber auch über Printwerbemittel einen Anstoß schicken wollen. Langjährige Praktiker der Kataloggestaltung ziehen jedoch ebenso einen Nutzen aus diesem Workshop: Sie lernen, ihre Kataloge noch weiter zu optimieren und verkaufsstärker zu gestalten.

Aufgrund der großen Nachfrage haben wir dieses Seminar im letzten Jahr 3 Mal angeboten, sichern Sie sich heute direkt Ihren Platz für den Workshop 2012!

Ihr Vorteil: Ihr Katalog wird analysiert. Teilnehmer reichen bitte einen Katalog im Vorfeld beim Referenten Ansgar Holtmann ein, der diesen dann analysieren und in das Seminar einbauen wird. Anhand dieser Kataloge und weiterer Katalog-Beispiele werden von den Teilnehmern die Do's and Dont's der Kataloggestaltung erarbeitet.

Ihr Referent: Ansgar Holtmann ist Gründer und Inhaber von Vendion Consulting. Er unterstützt u.a. Versandhandelsunternehmen in der Neukundengewinnung, Werbemittelo Optimierung, Internationalisierung und als Interims-Manager. Zuvor war er als Leiter Verkaufsförderung und Auslandsgeschäfte beim Betzold Versand in Ellwangen sowie als Direktmarketingberater in Hamburg tätig.

Ich freue mich, Sie in Köln zu begrüßen!

Ihre

Sarah Mertens
Leiterin Deutsche Versandhandelsakademie

PS: Um einen lebendigen Austausch zu gewährleisten, ist die Teilnehmerbezahl begrenzt.

Lernen Sie an zahlreichen Beispielen

- ⇒ wie Sie eine **optimale Titelseite** und **starke Auftaktseiten** entwickeln,
- ⇒ wie Sie Produktverkaufsseiten verkaufsstärker gestalten
- ⇒ welche Aufgaben **Abschlusseiten** erfüllen müssen,
- ⇒ wie Bestellelemente zum Bestellen **animieren**,
- ⇒ welche wichtigen **Texterregeln** Sie beachten sollten,
- ⇒ wie Sie **Verkaufsförderungshebel** richtig einsetzen

Das Programm:

1. Die wichtigsten Grundregeln

- ➔ Empfangssituation beim Kunden
- ➔ Vom Durchblättern zum Lesen zum Bestellen
- ➔ Marke als Erfolgsfaktor im Distanzhandel
- ➔ Anstoßkette und Ihre Wirkung

2. Katalogtitel und Auftaktseiten

- ➔ Aufgaben des Katalogtitels und der Auftaktseiten
- ➔ Tipps für die optimale Gestaltung
- ➔ Welche Elemente sollten enthalten sein?
- ➔ Wie begrüße ich die Kunden und wie führe ich ins Sortiment ein?

3. Katalogverkaufsseiten

- ➔ Optimale Gestaltung einer Doppelseite zur Verlängerung der Verweildauer
- ➔ Schon mal was von Rasterung gehört?
- ➔ Wie viele Artikel darf ich auf einer Seite zeigen?
- ➔ Erkenntnisse aus der Blickverlaufsanalyse
- ➔ Nutzung von Head-, Sub- und Inlines
- ➔ Bild und Textzuordnung richtig einsetzen
- ➔ Best Practices zur Führung in den Onlineshop
- ➔ Produktfotografie: die Do's und Don'ts
- ➔ Einsatz von Einklinkern, Stickern
- ➔ Mit Stopperseiten Highlights setzen
- ➔ Katalogdramaturgie: Mehr als nur Theater!

4. Abschlusseiten, Katalogrücktitel und Rücken

- ➔ Welche Aufgaben erfüllen diese Seiten?
- ➔ Optimale Gestaltung um den Kaufabschluss herbeizuführen
- ➔ Welche Elemente sollten enthalten sein?
- ➔ So bauen Sie sanften Bestell-Druck beim Kunden auf
- ➔ Katalogrücktitel: So wichtig wie der Titel!
- ➔ Ein schöner (Katalog-)Rücken kann entzücken

5. Bestellelemente und Verkaufsförderungshebel

- ➔ Bestellscheine, -karten und -faxe erfolgreich entwickeln
- ➔ Überblick und gelungener Einsatz der Verkaufsförderungshebel

6. Die wichtigsten Texteregeln

- ➔ Beeinflussung des Kunden durch Texte
- ➔ Headlines richtig schreiben
- ➔ So schreiben Sie Produkttexte.
- ➔ Verstärker und Filter beim Texten

Bitte beachten Sie, dass die Anzahl der Teilnehmer bei diesem Workshop begrenzt ist. Sollte ein Seminar aus wichtigem Grund, z.B. Erkrankung des Seminarleiters oder zu geringer Teilnehmerzahl, abgesagt werden, so verpflichtet sich der Veranstalter zur vollen Rückzahlung der Seminargebühr. Weitere Ansprüche können nicht geltend gemacht werden. Wenn Sie noch Fragen zum Ablauf des Seminars haben, wenden Sie sich bitte an Frau Mertens: sam@fid-verlag.de, Tel.: 0228 / 8205-7712

Verbindliche Anmeldung:

1. Teilnehmer: Name/Vorname

Position/Abteilung

2. Teilnehmer: Name/Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort

Telefon

Fax

E-Mail-Adresse für die Bestätigung der Anmeldung

Datum

Unterschrift

Ihre Fax-Antwort: (02 28) 35 44 72

Termin und Veranstaltungsort:

10. April 2012, Köln

9.30 Uhr bis 17.30 Uhr

Günnewig Hotel Stadtpalais
Deutz-Kalker-Str. 52
50679 Köln

Teilnahmepreis: 795,- EUR zzgl. MwSt.

695,- EUR zzgl. MwSt. für Abonnenten des "Versandhausberaters"

Im Teilnahmepreis enthalten

sind die Tagungsunterlagen, Getränke, Business-Lunch und Kaffee. Bitte kümmern Sie sich rechtzeitig selbstständig um ein Hotelzimmer. Stornierungen sind bis 14 Tagen vor Seminarbeginn möglich; bis 7 Tage vor Seminarbeginn wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Absagen danach ist die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Datenschutzinformation

Die FID Verlag GmbH verwendet Ihre Angaben zur Vertragsdurchführung und zur weiteren Information über interessante Produkte und Dienstleistungen (Werbung). Selbstverständlich können Sie der Verwendung Ihrer personenbezogenen Daten für Zwecke der Werbung und Marktforschung jederzeit widersprechen. Wenden Sie sich hierzu einfach an: datenschutz@fid-verlag.de