

AKTIONEN ZU OSTERN, WEIHNACHTEN, GEBURTSTAGEN, JUBILÄEN & CO

In diesem Input schauen wir uns an, welche Aktionen Du als Hundeunternehmer umsetzen kannst, um Deinen Kunden einmal etwas Besonderes zu bieten – mit dem Ziel, dass Du

- Dir im Klaren darüber bist, wozu und unter welchen Rahmenbedingungen es sinnvoll ist, eine besondere Aktion für Dein Unternehmen umzusetzen.
- jede Menge Ideen und Input hast, welche konkreten Aktionen Du umsetzen kannst.

Inhaltsverzeichnis

Der Anlass und Zeitpunkt für Deine besondere Aktion.....	2
Wozu machst Du das? Dein Ziel.....	3
Was soll's denn sein? Die Art der Aktion.....	4
Konkrete Aktionsvorschläge.....	5
Real/ im echten Leben.....	5
Online/ in der virtuellen Welt.....	10
Sowohl real als auch virtuell.....	11
Die Bewerbung Deiner Aktion.....	15
Die Umsetzung.....	16
Was bleibt noch?.....	17
Urheberrecht und Fairness.....	18

Der Anlass und Zeitpunkt für Deine besondere Aktion

Anlässe für besondere Aktionen gibt es Viele und je abgefahrenere Du sie wählst, umso mehr Aufmerksamkeit bekommen sie. Ein Geburtstag (Deinen, einen Deiner Hunde) oder der Geburtstag Deines Unternehmens, auch Jubiläum genannt, sind natürlich immer gute Anlässe. Ob der Unternehmensgeburtstag nun tatsächlich im Juni liegt oder Du Dein Unternehmen eigentlich im Februar oder November gegründet hast, ist dabei völlig unerheblich – schließlich will niemand im Nieselregen und mit gefütterten Stiefeln feiern. Leg' die Jubiläums- oder Geburtstagsfeier einfach so, wie es Dir am besten passt – nur nicht in die Ferienzeit, damit Dir nicht zu viele Kunden verloren gehen.

Weitere Anlässe können neben Geburtstagen jeglicher Art, Ostern, Weihnachten sein:

- Traditionelle / Beliebte Tage wie Vatertag, Muttertag, Valentinstag, Tag des Kusses (6. Juli), Tag der Freundschaft (30. Juli) usw.
- Jahreszeitenwechsel (Frühling, Sommer & Co., Neujahr, längster Tag im Jahr)
- Feiertage oder Anlässe aus anderen Ländern (Erntedank/Thanksgiving, Mittsommerfest, Unabhängigkeitstag)
- Besondere regionale, bundes- oder weltweite Anlässe (WM, Stadtjubiläum oder –feier, Umstellung Sommer-/Winterzeit)
- Natürliche Ereignisse (Vollmond, Sonnenfinsternis, Sternschnuppennacht)
- An den Haaren herbeigezogen, wie z.B. Namenstage

Auf Wikipedia findest Du eine Übersicht über Feiertage in anderen Ländern, die Dir endlose Anlässe bieten, eine besondere Aktion zu machen: <http://de.wikipedia.org/wiki/Feiertag>

Wenn man einen solchen Feiertag wählt, kann man (aber muss man nicht) sich eine Verbindung der Aktion zu diesem Tag suchen. Z.B. der Unabhängigkeitstag: Der Hund darf einmal unabhängig von den üblichen Regeln machen, was er will – wird festgehalten in einem Fotowettbewerb. Wie gesagt: der Anlass darf ruhig an den Haaren herbeigezogen sein und zum Schmunzeln anregen.

Eine weitere Übersicht von Feier-, Gedenk- und Aktionstagen findest Du hier:

http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Gedenk-_und_Aktionstagen

Und, nebenbei bemerkt: Wer braucht schon einen Anlass? Es heißt doch so schon: Ich kann auch ohne Spaß Alkohol haben. Somit können wir auch ohne Anlass feiern. Also los! ☺

Wozu machst Du das? Dein Ziel

Die „Wozu“-Frage solltest Du Dir bei allem beantworten, was Du für Dein Unternehmen tust. (bzw. generell in Deinem Leben. Aber das ist ein anderes Thema. ;-))

Wenn Du diese nicht beantworten kannst, hat das, was Du gerade tust, offensichtlich keinen Sinn.

Wozu möchtest Du Deinen Kunden etwas Besonders bieten und eine Aktion ins Leben rufen?

Was möchtest Du erreichen?

Denk drei Minuten darüber nach, warum Du das in Erwägung ziehst und gerne machen würdest:

Ziel einer solchen Aktion kann aus meiner Sicht sein:

- Bestehenden Kunden zu erreichen:
sich bei ihnen zu bedanken und/oder sich ins Gedächtnis zu rufen
- Neue Kunden zu erreichen: Aufmerksamkeit wecken und Interessenten anlocken
- Bestimmte Produkte/Dienstleistung anzukurbeln:
...weil sie neu sind, bisher Ladenhüter waren oder nicht so gut liefen und Du nun noch einen letzten (ernst gemeinten, nicht verzweifelten) Versuch unternimmst, Kunden dafür zu interessieren.

Das Ziel klar zu haben, ist wichtig um zu entscheiden, was für eine Aktion es sein soll und wie Du sie bewerben möchtest.

Was soll's denn sein? Die Art der Aktion

Bevor wir ganz konkret werden, macht es Sinn, sich übergeordnet Gedanken zu machen, WELCHER ART denn eine Aktion sein kann und was Du damit erreichst.

Ich unternehme mal den Versuch, Kategorien dafür zu bilden:

- **Wissen weitergeben**

Du darfst großzügig mit Deinem Wissen sein. Ich werde oft gefragt, warum ich in meinen Blog-Artikeln oder durch das Posten eines Flipcharts aus meinen Workshops so viele Informationen „preisgebe“. Ganz einfach: Wissen ist austauschbar. Wissen darf fließen. Es ist nur von Vorteil für Dich, wenn die Menschen wissen, dass Du viel Know-How hast. Der Punkt ist: Auch wenn diese Menschen dann zu einem Thema viel wissen, ist noch lange nicht klar, *wie sie dies umsetzen und anwenden*. Durch Wissen zu einem Thema habe ich *noch lange keine Fähigkeiten*. Vielmehr habe ich jedoch nun eine Idee, was alles möglich ist, und bekomme Lust darauf, dieses (theoretische) Wissen in (praktische) Fähigkeiten umzusetzen.

Und dafür brauchen die Leute: Dich.

- **Bestehende Angebote aufwerten**

Eine Zeitlang Rabatt-Angebote anzubieten, um Aufmerksamkeit zu bekommen und das Geschäft anzukurbeln, drängt sich spontan auf. Auch ich ertappe mich immer wieder mal dabei, das bei einem bestimmten Angebot in Erwägung zu ziehen. Und dennoch bin ich überzeugt davon, dass ein kurzzeitig heruntergesetzter Preis den „normalen“ Preis relativ gesehen in ein falsches Licht rückt – er wird schlichtweg emotional als zu teuer eingestuft, auch wenn die Kunden rational wissen, dass es sich „nur“ um eine zeitlich begrenzte Rabatt-Aktion handelt. Deshalb lieber ein Geschenk, etwas Zusätzliches mitgeben und ein bestehendes Angebot dadurch aufwerten. Das Geschenk darf aus Deinem Sortiment sein (ein kleines Produkt-Geschenk, ein Gutschein (der dann auch ein Geld-Gutschein sein darf) für das eigene Angebot oder das von Kooperationspartnern, kostenlose Teilnahme an einem Angebot wie z.B. einer Wanderung, eine offene Stunde oder vergünstigte Teilnahme an einem Kurs/ vergünstigter Kauf eines teureren Produkts)

- **Extra-Aktion, damit Du Dich mit Menschen triffst**

...und das ist sowohl online als auch offline, digital wie auch analog gemeint. Natürlich gehört hierzu der altbekannte und immer wieder schöne Tag der offenen Tür / Schnuppertag. Dazu gehören aber auch Aktionen auf Facebook oder Homepage, damit Menschen sich mit Dir und Deinem Angebot beschäftigen.

Mit diesen übergeordneten Kategorien kannst Du aktiv, neugierig, kreativ weiter rumspinnen, um Dir Aktionen auszudenken. Nun kommt jedoch erst einmal eine lange Liste an Vorschlägen. Wenn Dir beim Lesen oder Zuhören weitere Ideen kommen, dann notiere diese wie gesagt unbedingt, damit sie nicht verloren gehen! Auch wenn Du im Moment noch nicht weißt, ob sie so sinnig sind oder wie man sie umsetzt. Erstmal sammeln.

Konkrete Aktionsvorschläge

Real / im echten Leben

❖ **Schnitzeljagd „in echt“**

Dazu bieten sich Krimitouren an, auf denen die Kunden mit ihren Hunden Aufgaben lösen, um Beweise zu sammeln und den Mörder zu finden. Oder Schatzsuchen, auf denen Hinweise gesammelt werden, um den Schatz zu finden. Oder eine Schnitzeljagd, die auf Tempo geht. Auch GPS-Touren sind eine spannende Sache – viele haben Interesse daran, aber gar nicht so viele trauen sich an das ominöse GPS-Dingen ran.

Wer selber keinen Nerv und keine Zeit hat, solche Touren zu entwickeln oder sich damit vertraut zu machen – gar nicht schlimm, das gibt es alles zu kaufen. Und zwar zu einem guten Preis, insbesondere wenn man es für eine ausgefallene Aktion verwenden oder als Vorlage für eigene Weiterentwicklungen nutzen möchte. Melanie Knies von www.berlinmithund.de und Verena Helfrich mit www.mensch-hund-auszeit.de verkaufen Dir fertig entwickelte Touren, die Du direkt umsetzen kannst. Als GPS-Crack kenne ich Sabine Milas von www.leinehunde.de. (Die drei sind übrigens alle Clubmitglieder. Verrückt, gell? 😊)

❖ **Grillen**

Nichts Neues und als Einzel-Event sicherlich nicht aufregend, aber immer wieder gerne gesehen und angenommen. Die Hundeschule Berliner Stadthunde, in der ich mitarbeite, hat im Sommer sogar jeden zweiten Dienstag als Grillabend etabliert, kombiniert mit der ohnehin stattfindenden Spielstunde. Die Kunden bringen mit, was sie auf den Grill legen wollen, sowie auch Getränke, wir stellen Grill, Kohle, Teller und Besteck. Inzwischen bringen die Kunden Kartoffelsalate, selbstgemachte Kräuterbutter, Ananas (schmeckt super gegrillt) und alles Mögliche mit und es ist jedes Mal ein richtig schöner Abend. Die Hunde suchen an dem Abend zwar mehr unsere Nähe als dass sie miteinander spielen, aber das ist für uns in Ordnung. 😊

❖ **Tupperparty**

Ob Biothane-Leine, Halsbänder und Geschirr, Futterlinie oder Leckerchensorte, Futterbeutel, Buch- und DVD-Empfehlungen – die Liste lässt sich ewig fortsetzen, sofern Du nicht den Anspruch an Dich hast, an einem Termin über alle Dir bekannten Leckerchen oder Bücher aufzuklären. Es reicht völlig, sich auf ein, zwei Aspekte zu fokussieren. Wenn Du dann noch ein Sonderangebot herauschlagen konntest, weil Du den Inhaber des Zubehör-Ladens, die Herstellerin der Hundebetten, die Reico-Beraterin (falls Du hinter diesem Angebot stehst) als Gast gewinnen konntest – klasse.

Auch wenn es dann keine Aktion mehr ist – theoretisch kann sich das zu einem richtig schönen Stammtisch auswachsen: Im Sommer auf dem Hundeplatz, der Praxis / den eigenen Räumen, im eigenen Garten oder im Auslaufgebiet, bei schlechtem Wetter im präferierten hundefreundlichen Restaurant, mit dem Du aktiv kooperierst und die sich über Euch als Kunden freuen.

❖ **Ehemaligen-Treffen**

Alle Welpen aus dem Jahr 2019 oder den Jahren 2017 bis 2020 treffen sich wieder. Eine fantastische Aktion, die es Dir erlaubt, ehemalige Kunden, mit denen du evtl. schon Jahre nicht mehr in Kontakt bist, anzuschreiben, sie einzuladen und Dich ins Gedächtnis zu bringen. Eventuell hast Du noch Fotos der Welpen, die Du an dem Tag / Abend an einer Wand anpinnen kannst?

❖ **Modenschau**

...zu bestimmten Anlässen wie der WM z.B. Wie kleiden sich Mensch und Hund ein, um die Spiele gebührend zu feiern? Auch ohne Anlass machbar, z.B. mit dem Motto Partnerlook. Kinga Rybinska hat bspw. Strick-Schlaufenschals für Mensch und Hund entwickelt – so etwas kann als Anregung für Eure Aktion dienen.

❖ **(Kinder)Spiele / kleine Olympiade**

Nahezu alle Spiele lassen sich mit ein wenig Gehirnschmalz auf Mensch und Hund übertragen.

...und wenn Du nun Lust hast, **alle Aktionsideen** zu erfahren und den Rest des PDFs mit **Tipps und Inspiration** durchzuschmökern, **komm einfach in den Club** (Du kannst monatlich flexibel ein- und aussteigen) und hol Dir den gesamten Input. Plus fast 80 weitere Inputs, auf die Du sofort Zugriff hast.

Bis gleich - ich freue mich auf Dich! 😊 Liebe Grüße, Tina