



SKIVRE Trainingsmodul 5: Übungen

Autor*innen:

Angela Ivanova
Wolfgang Kniejski

Einrichtung:

INI-Novation
Bulgaria OOD



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Zustimmung zu den Inhalten dar, die nur die Ansichten der Autoren widerspiegeln, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

Projektnummer: 2018-1-DE02-KA202-005023

Erklärung zum Urheberrecht diese Trainingmoduls:



Dieses Werk steht unter einer Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Es steht Ihnen frei:

- zu teilen - kopieren und verteilen Sie das Material in jedem Medium oder Format
- anzupassen - remixen, transformieren und bauen Sie auf dem Material auf

unter den folgenden Bedingungen:

- Namensnennung - Sie müssen eine entsprechende Angabe machen, einen Link zur Lizenz angeben und vermerken, ob Änderungen vorgenommen wurden. Sie können dies in jeder angemessenen Weise tun, aber nicht in einer Weise, die darauf hindeutet, dass der Lizenzgeber Sie oder Ihre Nutzung unterstützt.
- Nicht kommerziell - Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke verwenden.
- ShareAlike - Wenn Sie das Material remixen, transformieren oder darauf aufbauen, müssen Sie Ihre Beiträge unter der gleichen Lizenz wie das Original verteilen.

Die vollständigen Lizenzbedingungen finden Anwendung und sind hier zugänglich: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.de>

Überprüfen Sie Ihr Wissen

Übungen

Übung 5.1. - Berücksichtigen Sie die Basis für Ihre Vertriebsstrategie.

Bitte beantworten Sie die Fragen

Bevor Sie Vermittler*innen auswählen und Ihren Vertriebskanal aufbauen, müssen Sie zunächst einige Punkte berücksichtigen, die in der folgenden Tabelle aufgeführt sind. Bitte denken Sie über Ihre Klosterproduktion nach und beantworten Sie die Fragen in den Kästchen.

Produkteigenschaften	Zielgruppen	Bedürfnisse des Klosters
<i>Beschreiben Sie die Hauptmerkmale Ihrer im Kloster hergestellten Produkte.</i>	<i>Beschreiben Sie Ihre Zielkund*innen - wer sind sie? Sind sie aus Ihrer Region oder anderen Regionen? Was erwarten diese von Ihren Produkten?</i>	<i>Wie viele finanzielle Mittel kann das Kloster für den Klosterladen und das Marketingbudget bereitstellen?</i>
Zwischenhandel		Sonstige Aspekte
<i>Benötigen Sie einen Zwischenhandel in Ihrem Vertriebsnetz? Wenn ja, was erwarten Sie von dieser Organisation?</i>		<i>Gibt es religiöse, rechtliche oder andere Aspekte, die Sie berücksichtigen müssen?</i>

Übung 5.2. - Finden Sie Ihre Vertriebspartner*innen

Bitte recherchieren Sie

Schauen Sie in Ihrer Region nach anderen Klöstern, mit denen Sie zusammenarbeiten können, um Ihre Klosterprodukte in deren Klosterläden zu verkaufen, und umgekehrt.

Glauben Sie, dass dieser Ansatz gut für Ihr Kloster ist?

Was kann noch getan werden, um den Vertrieb zu verbessern und den Umsatz zu steigern?

Übung 5.3.- Online-Shops

Bitte recherchieren Sie

Durchsuchen Sie das Internet, um herauszufinden, ob und wie Klosterprodukte über das Internet angeboten werden. Die Online-Shops für Klosterprodukte sind für Klöster mit größeren Produktionslinien geeignet.

Ist dieser Ansatz für Ihr Kloster und Ihren Verkauf geeignet?

Was würden Sie besser / anders machen?