

Berliner Presse Vertrieb

Info-Workshop

„Potenziale von Presse erkennen und nutzen“

Wie lässt sich der Umsatz mit Presse an der Tankstelle steigern? Dieser Frage ging der Berliner Presse Vertrieb (bpv) in einer Schulungsoffensive in Kooperation mit der Deutschen Aral / BP AG nach. Insgesamt veranstaltete der Grossist drei Info-Workshops, bei denen Status Quo und Potenziale des Presseverkaufs in den Aral-Tankstellen West-Berlins mit den Vertriebs- und Bezirksleitern, den Pächtern und den Akteuren im Handel erörtert wurden.

Im Rahmen von Verkaufsanalysen nahm der bpv Umsätze und Remissionsverhalten der Tankstellen unter die Lupe, der Außendienst feilte an der Sortimentsstruktur und platzierte zusätzliche Verkaufshilfen. Zudem erhielten die Presseverantwortlichen vor Ort Schulungen zum aktiven Verkaufen von Zeitungen und Zeitschriften. Hierfür verlagerten die bpv-Außendienstler ihren Arbeitseinsatz sogar in die Nachtstunden. Mit Erfolg: Der Presseumsatz aller Aral-Tankstellen in West-Berlin kletterte um durchschnittlich 6,5 Prozent nach oben. „Diese Entwicklung ist enorm.“, resümiert bpv-Geschäftsleiter Nikolaus Brück. „Hier zeigt sich wieder einmal, welche Potentiale im Presseverkauf noch ausgeschöpft werden können, wenn Handel und Grosso gemeinsam an einem Strang ziehen.“



bpv-Geschäftsleiter Nikolaus Brück (Geschäftsleitung bpv, Mitte) und Außendienstleiter Rainer H. Linde (hinten links) erörterten bei drei Info-Workshops wie sich an Tankstellen Umsatzpotenziale innerhalb des Pressesortiments heben lassen