



UNSER DORFLADEN

1 Ergebnisse der Kundenzufriedenheit 2012

Barbara Vitt

Winden, den 18. Juni 2012

AGENDA

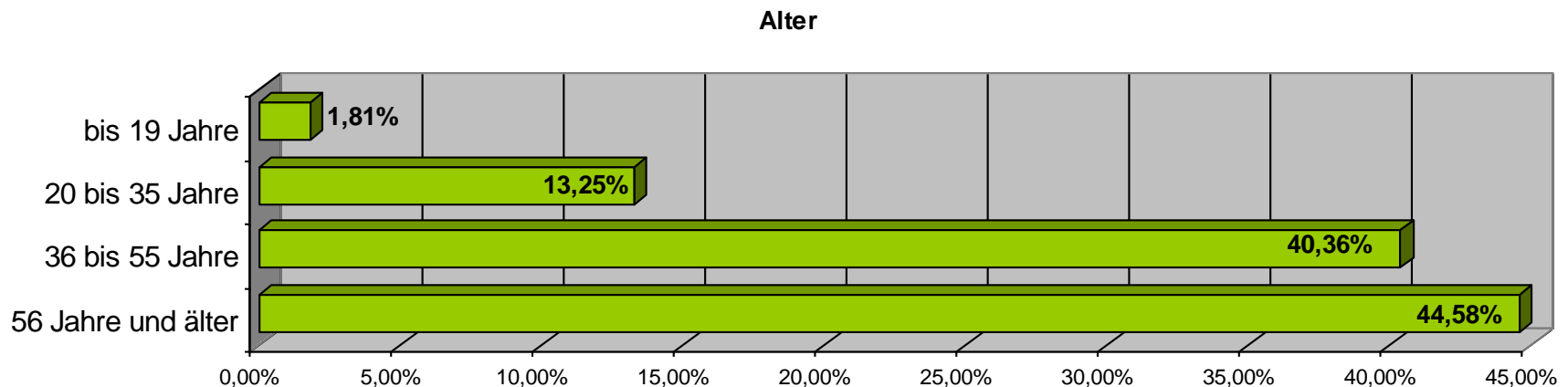


- Ergebnisse der Befragung zur Kundenzufriedenheit
- SWOT-Analyse – Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken
- Kurzfristige und langfristige Handlungsempfehlungen

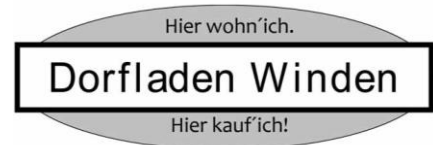
FAST 45% DER TEILNEHMER SIND 56 JAHRE UND ÄLTER – INSGESAM SEHR POSITIVE RESONANZ



- Teilnehmer: 166 Teilnehmer (56 Teilnehmer online)
 - 58,30% weiblich
 - 41,57% männlich
 - 56,63% leben in 1 bis 2 Personen Haushalten
 - 96,39% leben in Winden
 - 97,59% kennen den Dorfladen in Winden
 - 96,97% können sich vorstellen im Dorfladen einzukaufen

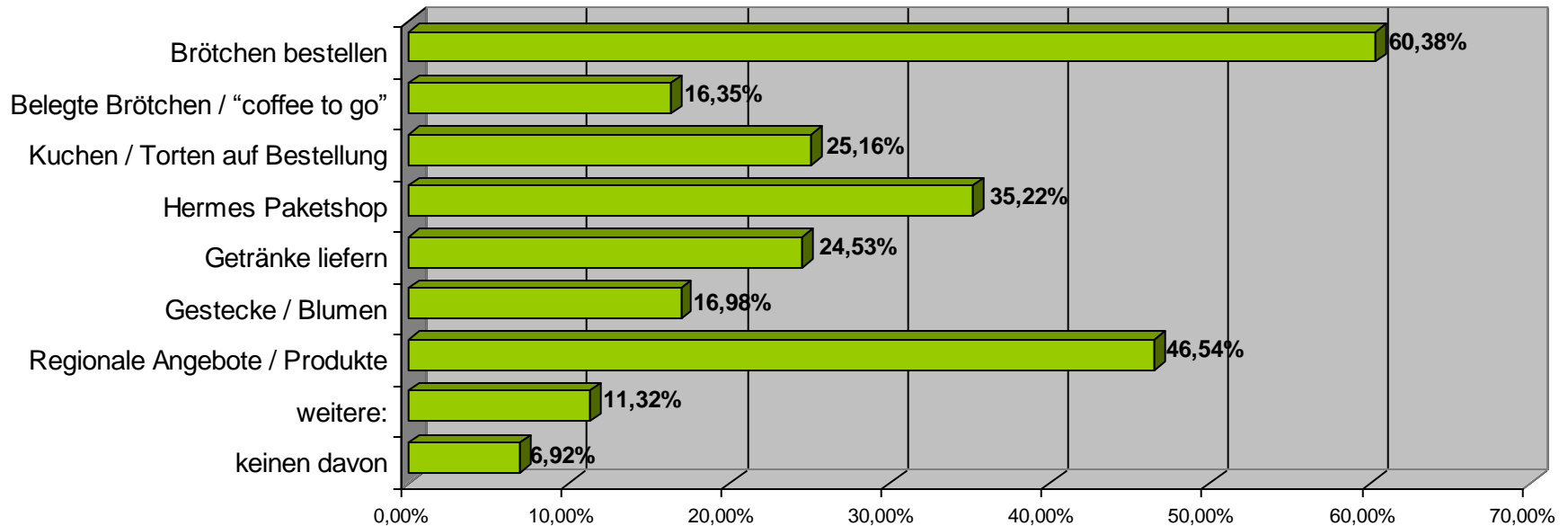


REGIONALE PRODUKTE ANBIETEN ALS MEHRWERT FÜR DEN DORFLADEN



- „Brötchen bestellen“ (60,38%) und regionale Angebote (46,54%) werden am stärksten gefragt
- Starke Nachfragen nach frischem Obst und Gemüse

Verfügbare bzw. denkbare Serviceleistungen - Nutzungsintensität

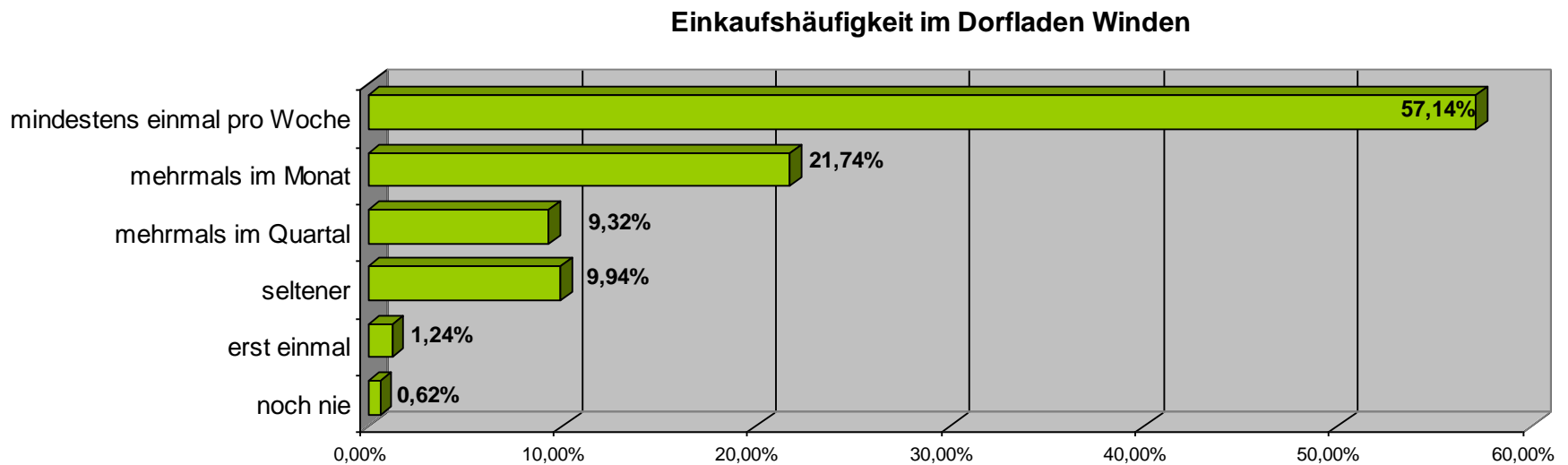


➔ **Serviceleistungen überarbeiten und bei der Bevölkerung bekannt machen**

SEHR HOHE EINKAUFSHÄUFIGKEIT BEI DEN BEFRAGTEN – 57% KAUFEN 1X PRO WOCHE



- 57,14% der Befragten kaufen mindestens 1x pro Woche ein
- Weniger als 10% kaufen „selten“ ein



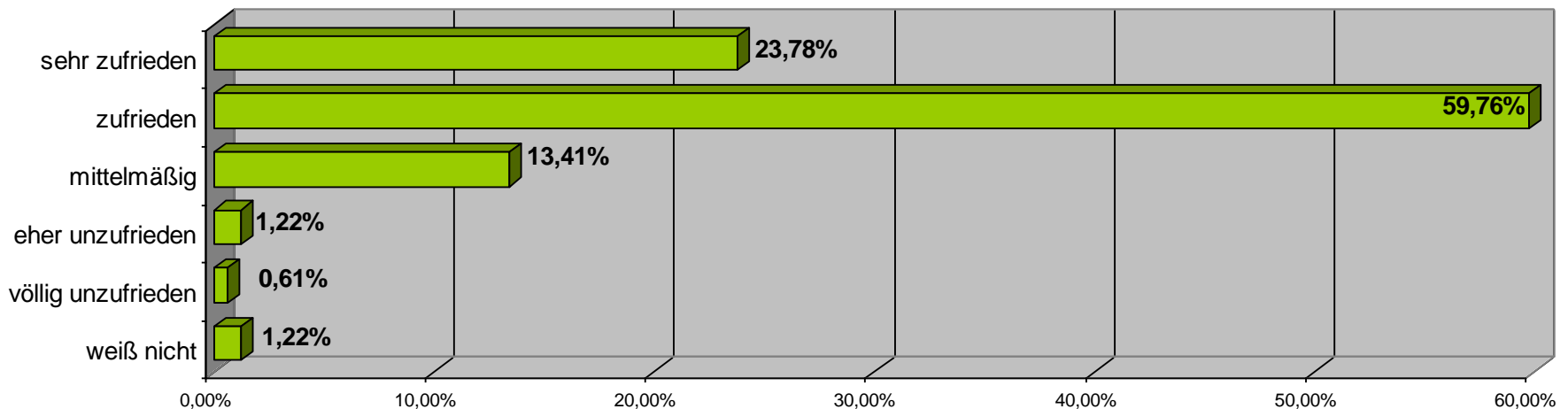
Auf die Bedürfnisse der regelmäßigen Kunden eingehen und „Wünsche möglich machen“

„WINDENER LIEBEN IHREN DORFLADEN“



- Fast 85% der Befragten sind mit dem Dorfladen „zufrieden“, bzw. „sehr zufrieden“
- Es gibt klare Anhaltspunkte um auf „sehr zufrieden“ zu kommen
- Nur wenige sind unzufrieden

Zufriedenheit Gesamt mit dem Dorfladen Winden



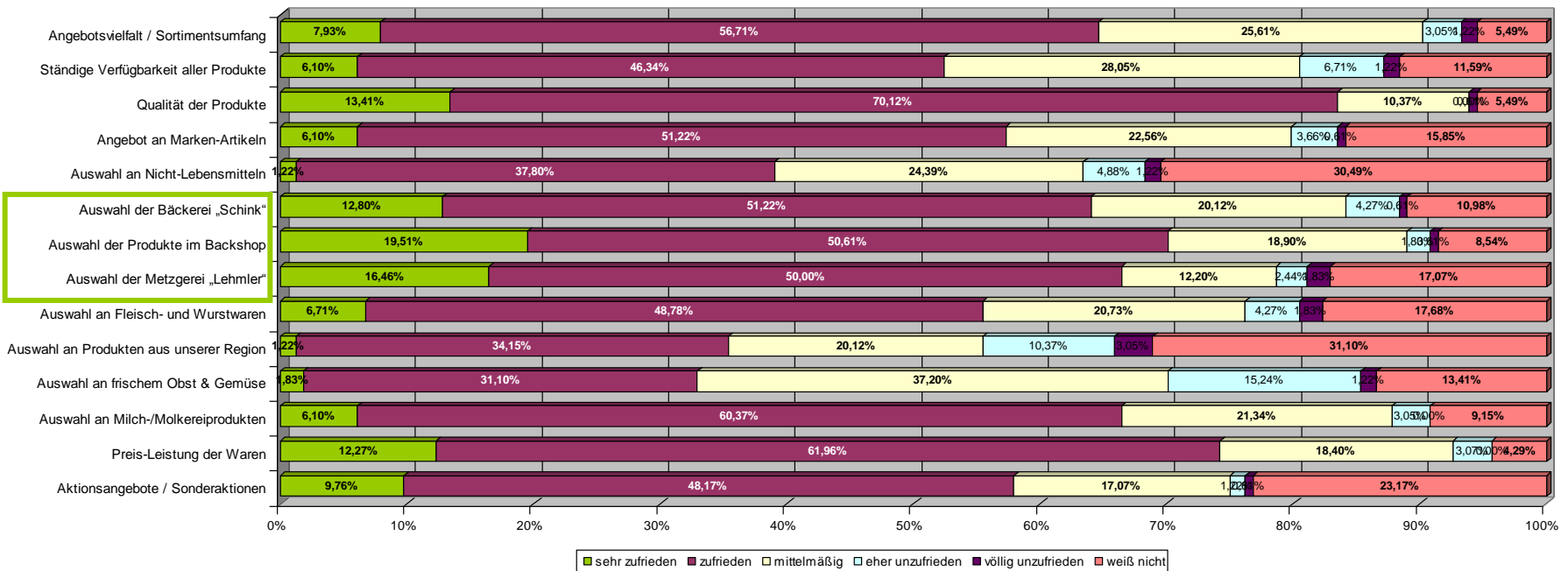
➔ **Positives Stimmungsbild weiter ausbauen und Feedbacks annehmen**

SORTIMENT UND QUALITÄT MIT ZUFRIEDEN BEWERTET



- Höchste Zufriedenheit mit der Auswahl im Backshop und den Produkten der Metzgerei Lehmler
- Weniger gut bewertet: Obst & Gemüse und die ständige Verfügbarkeit der Produkte
- Preis-Leistungsverhältnis wird mit 62% als zufrieden bezeichnet

Zufriedenheit mit dem Sortiment des Dorfladen Winden

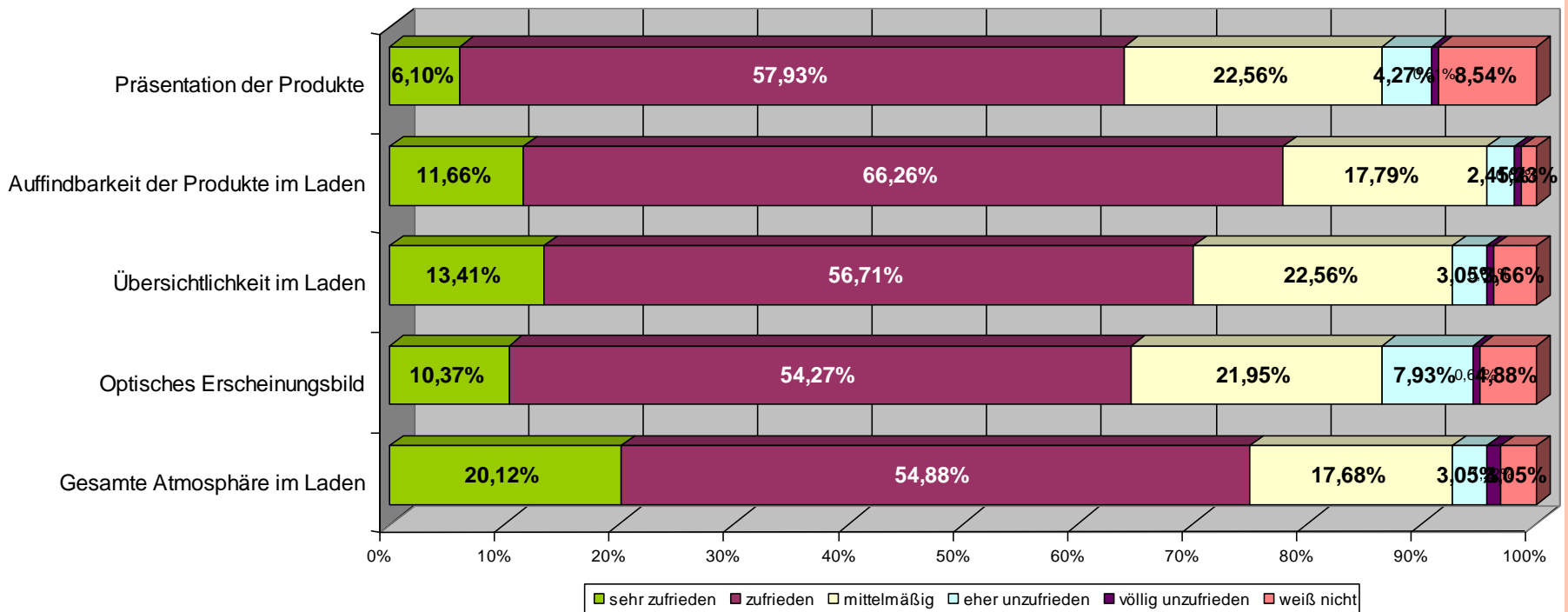


IM VERGLEICH ZUM SERVICE WIRD DAS ERSCHEINUNGSBILD WENIGER GUT BEWERTET



- 20% der Befragten empfinden die „Gesamte Atmosphäre“ als sehr zufrieden
- Präsentation der Produkte am schwächsten im Vergleich bewertet
- Übersichtlichkeit der Produkte mit > 23% als mittelmäßig und schlechter bewertet

Zufriedenheit mit dem Erscheinungsbild des Dorfladen Winden



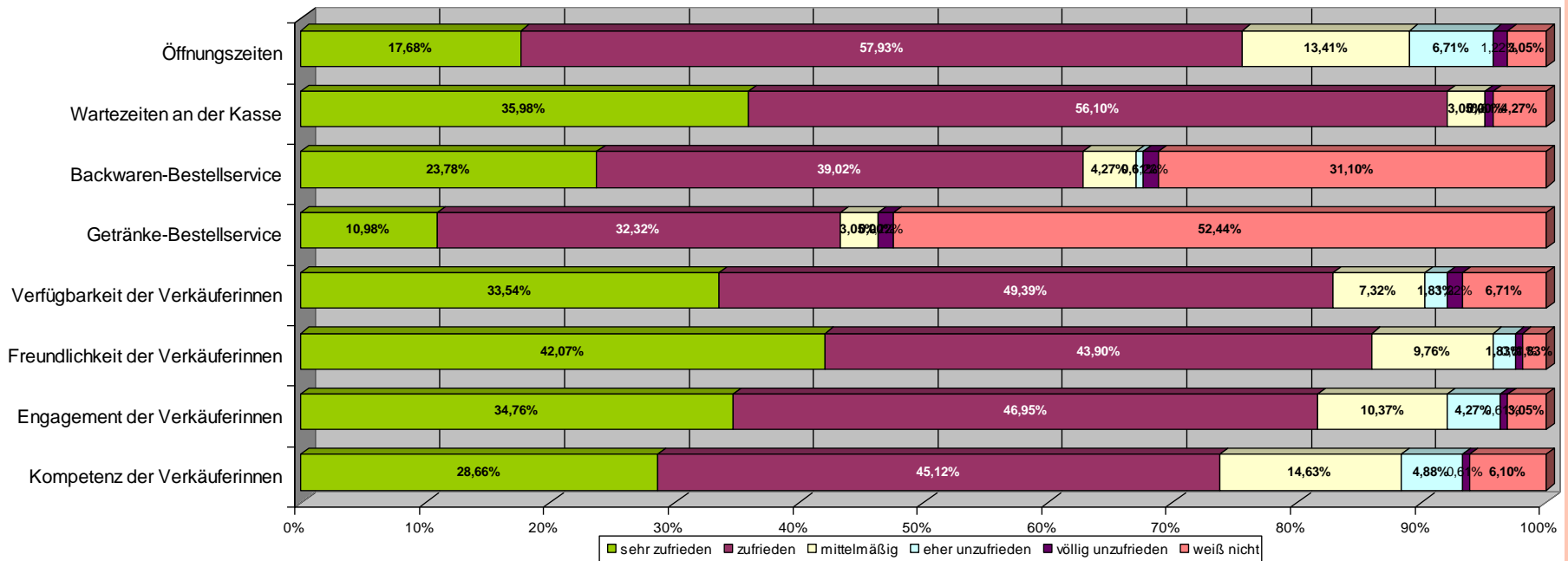
➔ Präsentation der Produkte verbessern mit Charme und Persönlichkeit!

POSITIVSTE BEWERTUNG BEI „FREUNDLICHKEIT DER VERKÄUFERINNEN“



- Öffnungszeiten mit 57% zufrieden und zu 20% unzufrieden
- Kompetenz der Verkäuferinnen am wenigsten gut bewertet – mit 20% unzufrieden

Zufriedenheit mit dem Service des Dorfladen Winden



➔ **Öffnungszeiten verbessern, Bestellservice bekannt machen und Schulung der Mitarbeiter**



- „Es ist gut, dass wir unseren Dorfladen haben“
- „Der Dorfgemeinschaft sollte öfter bewusst gemacht werden, was ein Dorf wie Winden an seinem Dorfladen hat“
- „Da ich nicht mehr so schwer tragen kann, bin ich dankbar, wenn man mir die größeren Einkäufe nach Hause bringt, kleine kann ich noch transportieren. Außerdem trifft man Leute, welche man lange nicht gesehen hat und kann ein kleines Schwätzchen halten. [...]“
- „Personal sollte zuvorkommender sein, nicht nur sagen "dahinten", sondern zeigen, wo die Produkte sind“

STÄRKEN

- Sehr starke Akzeptanz im Dorf
- Positives Ergebnis der Befragung
- Zentrale Lage im Ort
- Lage direkt neben dem Cafe
- Engagierte Mitarbeiter, die motiviert sind
- Motivation den Laden zu erhalten

SCHWÄCHEN

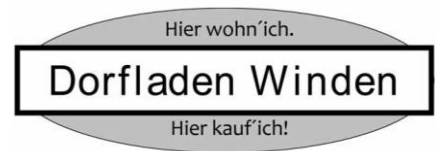
Laden

- Ladenpräsentation nicht optimal
- Feingefühl muss in den Laden kommen
- Angebote sind zu wenig am Kunden orientiert
- Zu wenig Detailwissen über das Sortiment
- Hohe Kosten

Mitarbeiter

- Keine klaren Verantwortlichkeiten im Dorfladen
- Mitarbeiterklima ist angespannt, welches zu fehlendem Engagement führt
- Durchhaltevermögen muss stärker werden, z.B. Öffnungszeiten
- Es wird zu viel geredet ...
- Es wird zu wenig miteinander geredet ...

DORFLADEN ALS MITTELPUNKT IM DORF ETABLIEREN



CHANCEN

- Dorfladen als Mittelpunkt im Dorf zusammen mit dem Dorfcafe etablieren – als Kommunikationspunkt
- Persönlichkeit hineinbringen
- Gefühl nicht abgeschnitten zu sein
- Neue Kunden mit Serviceangeboten gewinnen
- Regionalität stärken – Produkte aus der Region anbieten

RISIKEN

- Kunden verlieren das Interesse
- Kosten für frische Waren zu hoch
- Sortiment nicht bedarfsgerecht
- Starke Abhängigkeit von Ferien
- Fixkosten zu hoch in Relation zum Umsatz

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Hier wohn'ich.

Dorfladen Winden

Hier kauf'ich!



STÄRKUNG DER ONLINEPRÄSENZ



Handlungsempfehlungen - 1 -

- Stärkung der Onlinepräsenz
- Integration der Öffnungszeiten

Wir in Winden
Die Gemeinde informiert ihre Bürger

Home | Über uns | Dorffinnenentwicklung | Schwerpunktgemeinde | Service | Was-Wann-Wo | Gemeinderat | Vereine

HERZLICH WILLKOMMEN,
im Dorfstagebuch der Ortsgemeinde Winden. Hier finden Sie Nachrichten, Meinungen und Hintergründe über das aktuelle Dorfgeschehen in Winden.
Texte und Fotos können Sie an folgende Adresse schicken:
redaktion@wir-in-winden.de
Herzlichen Dank!

Artikel der Kategorie 'Dorfladen'
← Vorige Artikel

Frisch in unserem Dorfladen
Mai 10, 2012 Von: Webmaster Kategorie: Dorfladen Noch keine Kommentare

Hier wohn'ich.
Dorfladen Winden
Hier kauf'ich!

Hauptstraße 18 / 56379 Winden / Tel.: 02604-951097

Der neue Dorfladen – Mittelpunkt zum Einkauf für
ESSEN & TRINKEN

Nadler
Kartoffelsalat mit Ei u. Gurke
1kg 2,58

Knorr
Sauce Hollandaise
100g 0,40

NEUE KOMMENTARE
David Schuh bei Sieg im Derby gegen Nassau II
David Schuh bei Toller Sieg für die "Little Dancers"
F.-J.Minor bei Wohnungen für die Bienen gebaut
Edith Lauser bei Lohnsteuerhilfe jetzt auch in Winden
Bettina Krauß bei Whisky und Grappa im Dorfcafé
Alois Rommersbach bei "Silzbachgletscher" macht dem Frühling Platz
David Schuh bei "Dream Teens" tanzen auf ersten Platz in Kaden
F.-J.Minor bei "Silzbachgletscher" macht dem Frühling Platz
Pierre Klos bei "Silzbachgletscher" macht dem Frühling Platz
A. Jaeger bei "Silzbachgletscher" macht dem Frühling Platz

Der gemütliche Treff im alten Fachwerk

- Bild des Ladens
- Bild der Mitarbeiterinnen
- Services anbieten
 - Brötchen bestellen
 - Kuchen bestellen
 - Getränke bestellen
- Sonderaktionen
- „Persönlichkeit“ reinbringen / emotionalisieren

KLARE VERANTWORTLICHKEITEN UND PERSÖNLICHKEIT SIND DIE BASIS FÜR DEN ERFOLG



Handlungsempfehlungen - 2 -

- Klare Verantwortlichkeiten schaffen
 - Für den Laden muss es eine Verantwortliche geben
 - Überblick über den gesamten Laden
- „Der Kunde ist König“
 - Kunden immer in den Fokus setzen
 - Mitarbeiterschulung im Umgang mit Kunden und Führung eines Laden
- Sortiment mit kleinen Besonderheiten - Regionale Produkte anbieten
 - Bauer Linscheid, Hömberg
 - „Schinkenmafia“
- Brötchen früher backen
 - mehrere Anmerkungen, dass diese teilweise zu spät zur Verfügung stehen

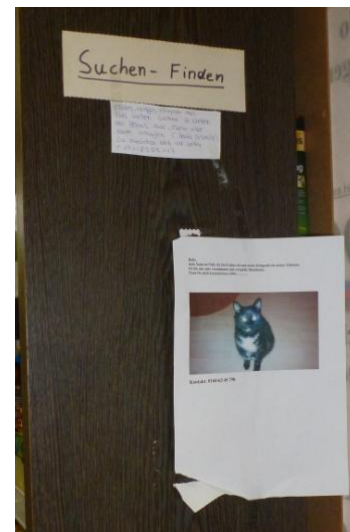
DORFLADEN ALS KOMMUNIKATIONSPUNKT IM HERZEN VON WINDEN



Handlungsempfehlungen - 3 -

o Laden

- Als zentralen Punkt im Dorf etablieren / Kommunikationspunkt
- Warenpräsentation optimieren: Persönlichkeit in den Laden bringen, u.a. durch saisonale Gestaltung
- Bestellservice für Getränke und Brötchen/ Kuchen etablieren
- Ruhebänk für die Älteren vor der Tür
- Schwarzes Brett „Suche/ biete“ anbieten
- Paketshop-Partner werden: http://www.hermespaketshop.de/paketshopinfo_partner.php



Auf Vorbestellung liefern wir für Sie folgende Fleischartikel:

magerer Schweinebraten	kg	€ 8,30
Schweinebraten vom Kamm	kg	€ 8,45
Rinderbraten	kg	€ 11,10
Spießbraten	kg	€ 8,75
(vom Schweinekamm mit Dörrfleisch und Zwiebeln gefüllt)		
Aschenbraten	kg	€ 8,75
(vom Schweinekamm, portioniert, mit Dörrfleisch und Zwiebeln)		
Schweineschnitzel	kg	€ 10,95
Koteletts vom Schweinekamm	kg	€ 7,45
Koteletts vom Schweinekotelettstück	kg	€ 7,60
gemischtes Hackfleisch	kg	€ 7,90
Brasilianischer Rahmbraten	kg	€ 9,15
(vom Schweinekamm mit Champignons und Käsesahnesoße)		
Wiener Filettopf	kg	€ 14,10
(Medallions aus dem Schweinelendchen in Champignonrahmsauce)		
Köhlerbraten	kg	€ 9,00
(Schweinekamm eingelegt in einer kräftigen Würzsoße)		

Fleischerei Lehmler
56412 Welschneudorf

OPTIMIERUNG DER WARENPRÄSENTATION UND SORTIMENTSTIEFE

Hier wohn'ich.

Dorfladen Winden

Hier kauf'ich!



DORFLADEN AKTIV - MARKETINGAKTIONEN ÜBER DAS JAHR VERTEILT



Handlungsempfehlungen - 4 -

- Marketingaktionen über das Jahr verteilt
 - Kleinen Probiestand einrichten für regionale Produkte / Backwaren
 - Aktionstage zu folgenden Zeitpunkten:
 - Fastnacht
 - Ostern
 - Muttertag
 - Halloween
 - Weihnachten
 - Erlebnis-Tag in Kooperation mit dem Dorfcafe machen, z.B. Grillabend
 - Flyer bei den Firmen in der Umgebung verteilen, welche in Winden arbeiten → Angebot von belegten Brötchen
 - Anzeige im Blättchen 2x bis 3x im Jahr mit Angabe der
 - Öffnungszeiten
 - Service-Angebot
 - Plakat zum Dorfladen mit allgemeinen Informationen (Öffnungszeiten, Services)
 - Bürgerhaus
 - Sportvereine
 - Kirche
- Kommunikation
 - Design zusammen mit dem Dorfcafe aufbauen: eine gestalterische Klammer
 - „WIR“-Gefühl stärken: T-Shirts für die Mitarbeiterinnen im Dorfladen und im Dorfcafe



VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

19

KONTAKT:

Barbara Vitt
Vitt.Barbara@googlemail.com
0178-4574321
Frankfurt a.M.