

IMPULS plus



Informationsbulletin von PlusPunkt, Vereinigung Zürcher Spezialgeschäfte

EDITORIAL ●●●●●

Liebe PlusPunkt-Mitglieder

Für die meisten von Ihnen hat das Weihnachtsgeschäft bereits begonnen und manche mögen sich fragen, wie die Bilanz letztlich aussehen wird. Getreu dem alten Sprichwort, wonach es besser sei, ein Licht anzuzünden, statt über die Dunkelheit zu klagen, möchten wir Ihnen an dieser Stelle mit einer gesunden Portion Optimismus über zukunftsgerichtete Aktivitäten und Massnahmen unserer Vereinigung berichten. Zum Beispiel haben wir mit Freude das grosse Interesse am ersten „PlusPunkt Happy Hour Forum“ zur Kenntnis genommen. Mit über 80 Teilnehmenden wurden selbst unsere kühnsten Erwartungen übertroffen, weshalb wir uns bereits vorgenommen haben, die Reihe nächstes Jahr mit weiteren interessanten Kurz-Seminaren fortzusetzen. Denn je kompetenter und selbstsicherer unsere Leute an der Verkaufsfond auftreten, desto klarer können wir uns als Spezialgeschäft profilieren.

Als zweites möchten wir Ihnen unsere aktuelle Weihnachtskampagne präsentieren, die in den kommenden Tagen starten wird und die ihre Wirkung dank dem konzentrierten Einsatz bestimmt nicht verfehlen wird. Und zum Schluss – zusammen mit den besten Wünschen für die kommenden Festtage – mein persönlicher Weihnachtswunsch an Sie: Überzeugen Sie sich doch rasch, ob Sie noch genügend PlusPunkt-Geschenkgutscheine am Lager haben...
Herzlich Ihre

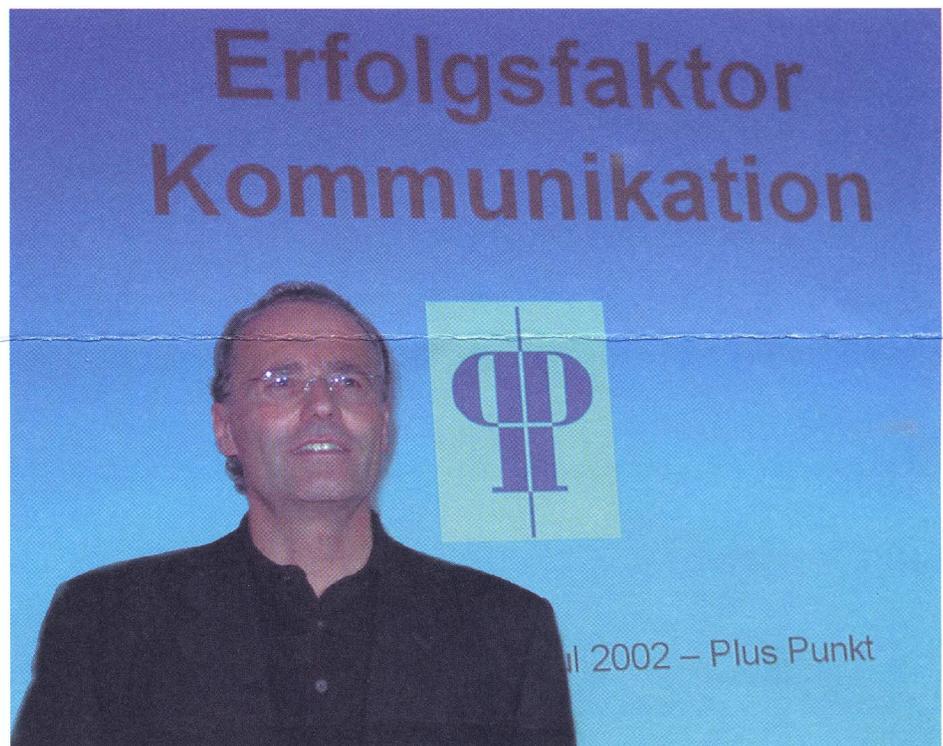
E. Spycher

Elisabeth Spycher, Präsidentin

PLUSPUNKT AKTUELL ●●●●●●●●●●

Riesenerfolg:

Das 1. PlusPunkt Happy Hour Forum.



Anlässlich der letzten GV im April dieses Jahres wurde – im Sinne eines Pilotversuchs – die Durchführung eines Mitarbeiteranlasses beschlossen und gleichzeitig das Thema dazu festgelegt. Unter dem Titel „Erfolgsfaktor Kommunikation“ fand nun am 29. Oktober im „Au Premier“ das erste PLUSPUNKT HAPPY HOUR FORUM statt.

Über 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmer folgten dem ausgesprochen interessanten und kurzweilig vorgetragenen Referat von Herrn Edi Paul, eines anerkannten Unternehmensberaters und Schulungs-Spezialisten. In seinem rund zweistündigen

Vortrag verstand er es hervorragend, fundierte Erkenntnisse aus der Kommunikationsforschung mit der Alltagsrealität des Detailhandels zu verknüpfen.

An dieser Stelle sei stellvertretend für seine praxisnahen Ausführungen lediglich ein kleines Highlight zitiert:

Wussten Sie, dass die durchschnittliche tägliche Kommunikationszeit zwischen Eheleuten bescheidene 3-5 Minuten beträgt? Auf amüsante und einleuchtende Art zeigte der Referent an dieser Tatsache folgendes auf: Wenn wir uns in einem Verkaufsgespräch während nur ca. 5 Minuten persönlich auf einen Kunden

