

Checkliste Tag der offenen Tür

Ein „Tag der offenen Tür“ ist ein wichtiges Instrument zur Verbesserung von Bekanntheitsgrad und Image des Betriebes bei Kunden und in der Öffentlichkeit und zum Knüpfen neuer Kontakte mit potentiellen Kunden. Die Zielgruppen für eine solche Aktion sind nicht nur alte Kunden und Geschäftsfreunde, sondern alle Personen und Institutionen, die für den Betrieb bedeutsam sind.

1. Anlass definieren

- Neugründung eines Betriebes
- Betriebsjubiläum
- neue Produkte oder Leistungen
- neuer Maschinenpark
- Fertigstellung von Umbauarbeiten
- oder einfach unter dem Motto: „Bei uns im Betrieb ist immer was los!“

2. Werbung für die Veranstaltung

- Anzeigen in der Lokalpresse (mit Informationen zum Veranstaltungs-Programm)
- Persönliche Einladungen - Adressenkartei nutzen und Kunden/Geschäftspartner mit einem Schreiben persönlich einladen, „örtliche Prominenz“ (Bürgermeister, Stadtrat etc.) nicht vergessen!
- Handzettel - Verteilung: Passanten, Scheibenwischer, Briefkästen etc.
- Plakate - Hinweisplakate z.B. bei befreundeten Firmen (Metzger, Bäcker etc.) aushängen
- Pressemitteilung an die Lokalpresse versenden (inklusive persönlicher Einladung)
- in der laufenden Geschäftspost mit Aufklebern oder einem PS-Absatz auf die Veranstaltung hinweisen.

3. Organisation

- Bestmöglichen Termin wählen (z.B. verkaufsoffener Samstag) - Kollision mit anderen Ereignissen (Sportveranstaltung, Stadtfest, Weinfest etc.) vermeiden
- Bewirtung - Imbiss und Erfrischungen zum Selbstkostenpreis ausgeben
- Genehmigungen einholen, z.B.: Ausschankgenehmigung, besondere Parkgenehmigungen, Genehmigung für ein kleines Platzkonzert usw.
- Rahmenprogramm festlegen: Videoschau, Marionettentheater, Musiker/Zauberer/Pantomime, Tombola, kurze Vorträge zu aktuellen Themen, Wettspiele, Betriebsführung
- Genügend Prospektmaterial bereithalten
- Werbestreumittel und Werbegeschenke bereithalten
- Dekoration mit Fahnen, Wimpelketten, Luftballons usw. (Bezugsquelle Service-Gesellschaft) vornehmen

4. Nachbereitung

- Dankschreiben an besondere Besucher
- Anfragen schriftlich und telefonisch bearbeiten
- Pressemitteilung nach der Veranstaltung (mit interessantem Foto) an die Lokalpresse versenden
- gewonnenes Adressenmaterial ordnen und in die Kartei aufnehmen (für Werbebriefaktionen nutzen!)
- Nachbesprechung mit der gesamten Mannschaft. Was war gut, was muss noch besser werden?

