

Prozesseinheit 3

"Messeplakatierung"



Noor Yazbeck
3. Lehrjahr

APG Winterthur
Schlachthofstrasse 1
8406 Winterthur

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Vorgehensplan	2
Kurzbericht	3-4
Flussdiagramm	5-7
Kritische Schnittstellen	8
Auswertungsbogen	9
Anhangsmuster	10-12

Vorgehensplan

Montag, 26. Oktober 2009	12.00-13.00	Vorgehensplan erstellen
Donnerstag, 29. Oktober 2009	15.00-17.00	Notizen machen, mit Skizze für Flussdiagramm beginnen
Freitag, 30. Oktober 2009	13.00-13.30	Titelblatt machen
Freitag, 30. Oktober 2009	14.00-16.00	Flussdiagramm fertig gestalten
Donnerstag, 5. November 2009	13.00-15.30	Kurzbericht schreiben
Freitag, 6. November 2009	13.00-13.30	Inhaltsverzeichnis machen
Donnerstag, 12. November 2009	12.00-13.00	alle Dokumente zusammenstellen
Freitag, 13. November 2009	13.00-15.00	mögliche Anhangsmuster suchen
Freitag, 13. November 2009	15.00-16.00	Auswertungsbogen ausfüllen

Kurzbericht

In der Verkaufsabteilung Winterthur darf ich mein letztes Jahr verbringen. Die Arbeit in dieser Abteilung besteht hauptsächlich darin, unsere Plakatflächen zu verkaufen. Dies aber nicht nur auf der Strasse, an Bahnhöfen, in Einkaufszentren oder in Parkings, sondern auch an diversen grossen Messen, wie die WOHGA, ZOM oder an der Winti-Mäss. In meiner dritten PE werde ich den Ablauf einer Messeplakatierung erklären, da ich dieses Jahr für die Winti-Mäss 2009 zuständig bin. Bei dieser Messe erhalten alle Firmen die Chance Ihr Geschäft oder Ihre Branche zu präsentieren, mit einem Stand oder anderen Ausstellmöglichkeiten. Dazu bietet sie verschiedene Attraktionen wie eine Mode-Show oder anderen Vorstellungen.

Der erste Schritt einer Messeplakatierung beginnt mit dem Einholen der Messedaten und der Messepläne. Diese erhalten wir von der Messeleitung. Dann wird eine Dispositionsliste erstellt, um den Überblick der eingehenden Aufträge zu behalten.

Nachdem beginne ich mit der Kundenakquisition. Zuerst frage ich alle Kunden an, welche schon in den letzten Jahren an der Messe plakatiert haben. Dies mache ich per E-Mail, damit der Kunde sich zuerst in Ruhe ein Bild vom Angebot machen kann. Falls die Kontaktperson sich danach nicht meldet, kontaktiere ich diese per Telefon ca. 1-2 Wochen später.

Wenn der Kunde Interesse an einer Messplakatierung hat, nehme ich die notwendigen Angaben, wie die Anzahl Flächen, das Format und das Sujet auf. Mit diesen Angaben kann ich die Reservierung im System erfassen.

Wenn die Buchungen der Kunden vom letzten Jahr nicht ausreichen, werden neue Kunden akquiriert. Dies erfolgt nach dem gleichen Schema.

Damit der Kunde die provisorische Abmachung auch schriftlich bestätigt hat, fülle ich das bestehende Formular "Die Auftragsbestätigung" aus und stelle diese ihm zu mit der dringenden Bitte, die Plakate zwei Wochen vor Beginn der Messe dem Logistikcenter zuzustellen. Dazu muss ich unbedingt das Formular "Bestellung/Lieferschein" ausfüllen und dem Logistikcenter zustellen. Dadurch weiss die Auftragsabwicklung bei Erhalt der Plakate wofür diese gebraucht werden und an welches Betriebscenter sie gesendet werden müssen.

Bei jeder Bestätigung muss die Dispositionsliste nachgefasst werden, damit sie immer den aktuellen Stand der Dinge aufzeigt.

Wenn genügend Plakatflächen verkauft wurden, kann ich beginnen, die einzelnen Plakatstellen auf den Messeplänen einzuzeichnen und den Kunden zuzuordnen. Dabei muss ich darauf achten, dass die Plakate vom gleichen Kunden so gut wie möglich auf dem ganzen Messegelände verteilt werden.

Nach dem Positionieren der Plakatflächen kann ich die Pläne, die Dispositionsliste und das Formular "Auftrag an Betrieb" dem Betriebsleiter zustellen, damit er die Bleche reservieren und alles Weitere planen kann. Vor der Eröffnung werden alle Plakatflächen aufgestellt und montiert.

Nach der Messe-Eröffnung mache ich einen Rundgang durch das Messegelände, um die Verteilung zu kontrollieren. Wenn irgendetwas falsch aufgehängt oder verschoben wurde, veranlasse ich die Korrektur durch einen unserer Betriebsmitarbeiter. Während dem Kontrolldurchgang werden alle Flächen fotografiert.

Am Morgen darauf können die Rechnungen für den Aushang im System freigegeben werden. Danach werden die im System generierten Rechnungen durch eine Aussen stehende Institution verpackt und den Kunden zugestellt.

Nach der Messe erhalten wir von der Messeleitung eine Gegenrechnung, da wir ihr 50% vom Umsatz der verkauften Plakatflächen gewähren.

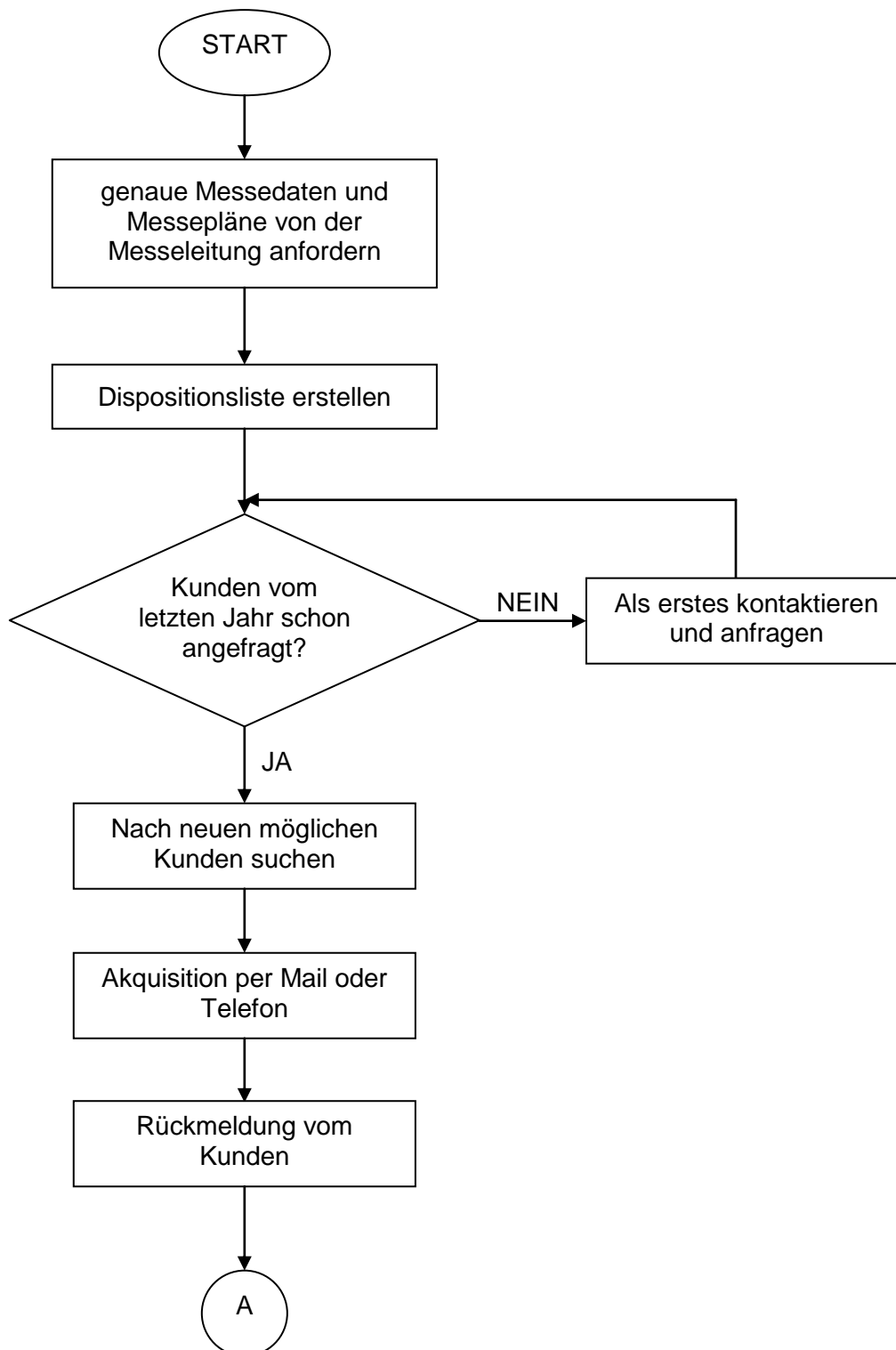
Zuletzt erhalten unsere geschätzten Kunden ein Foto von Ihrem Auftritt an der Messe.

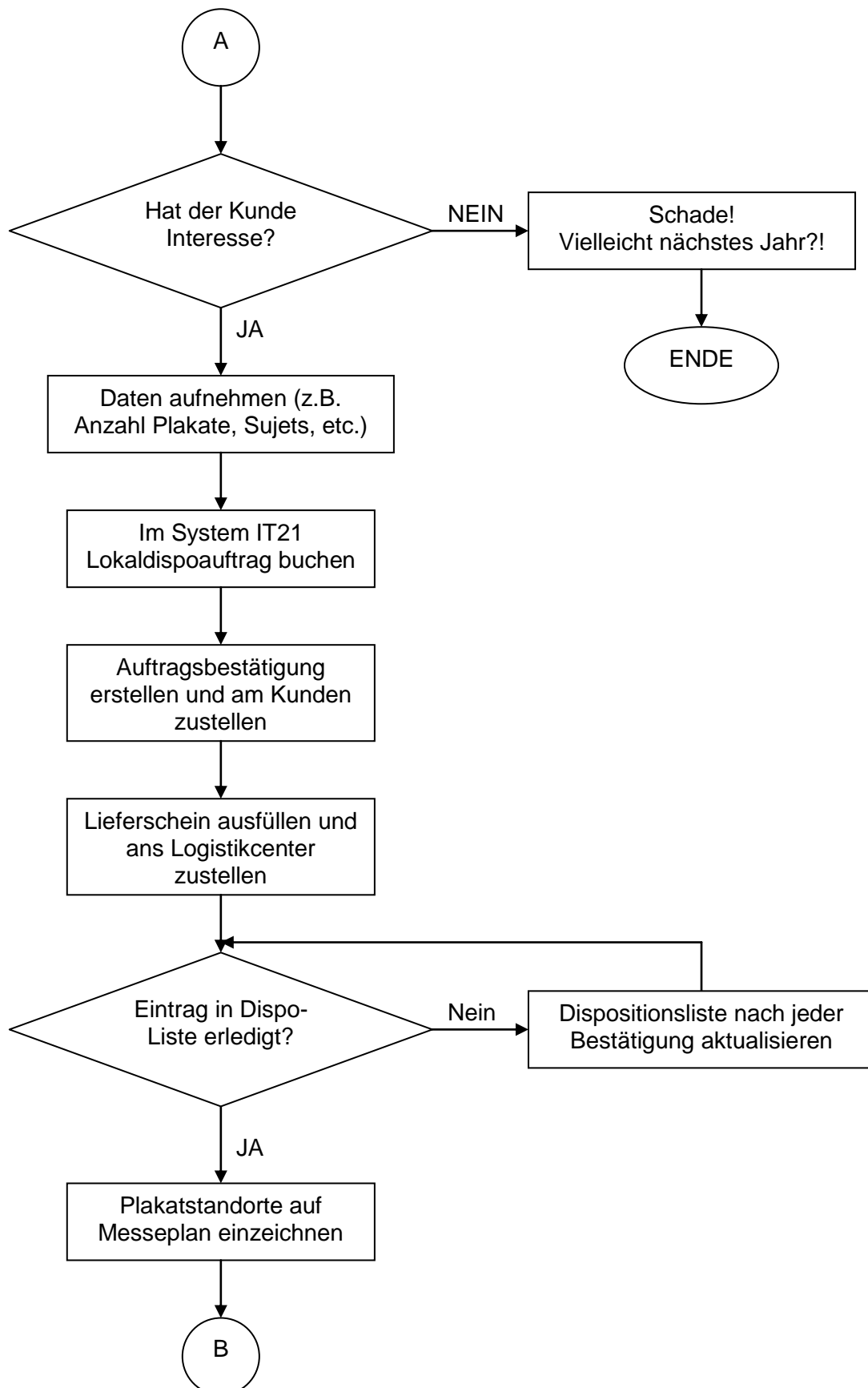
Schlusswort

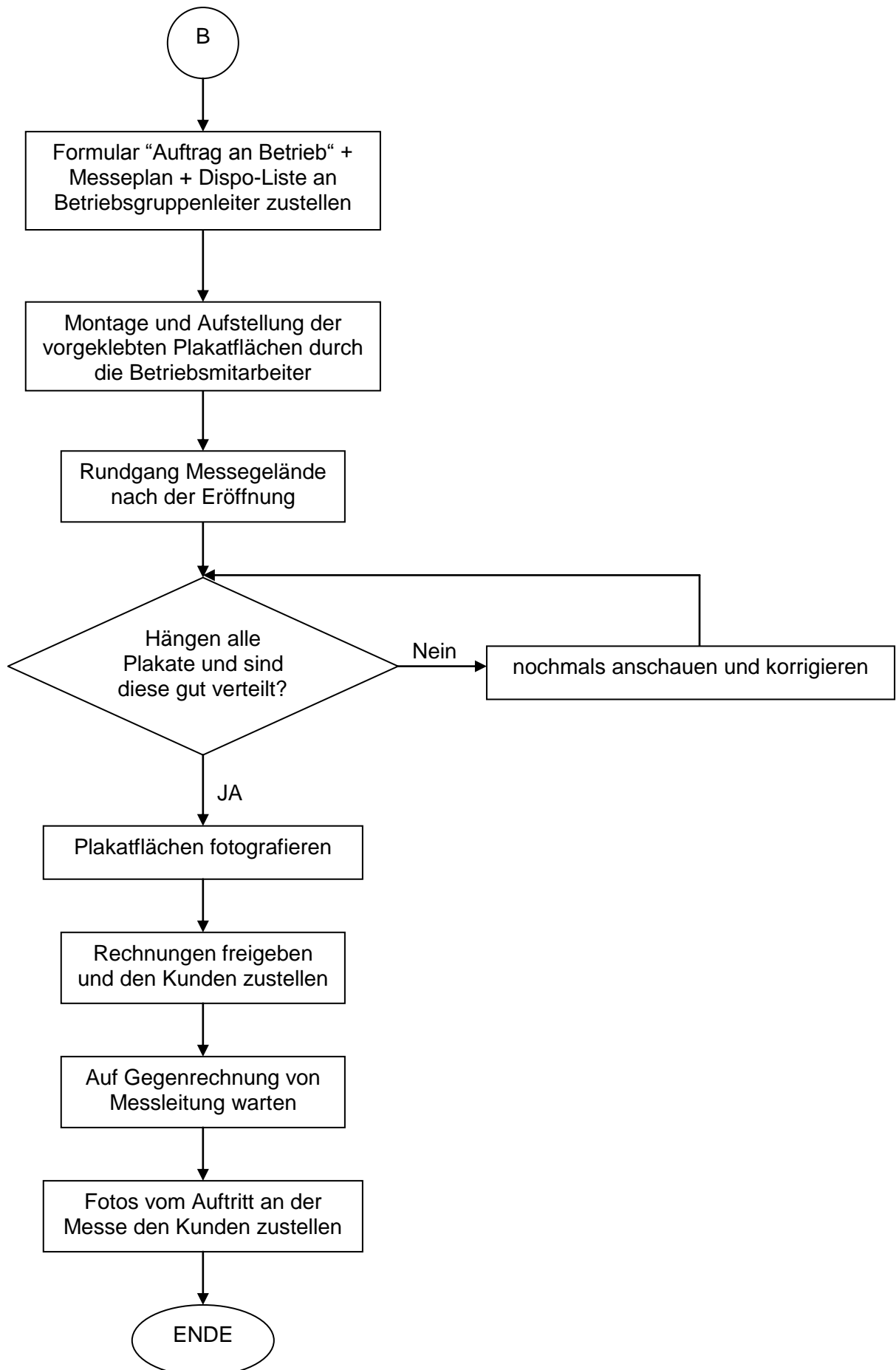
Bei meiner letzten Prozesseinheit war ich zuerst sehr kritisch gegenüber dem Thema "Messeplakatierung". Denn um diesen Vorgang korrekt beschreiben zu können, musste ich die Plakatierung an der Winti-Mäss 2009 selbst organisieren und ausführen. Dazu gehört die selbständige Akquisition der Kunden, was mir anfangs sorgen bereitete. Doch nach den ersten Versuchen waren die Sorgen und alle Vorurteile gegangen. Diese Arbeit hat mir gezeigt, dass alles machbar ist, wenn man seine Ängste hinter sich lässt. Es bereitete mir sehr viel Freude die Messeplakatierung selbständig auszuführen und den Ablauf in meiner PE wieder zu geben. Ich freue mich schon sehr darauf, mein gewonnenes Wissen während diesen drei Lehrjahren in die Arbeitswelt mitzunehmen und sie dort einsetzen zu können.

Ich hoffe, Ihnen mit meiner Prozesseinheit einen interessanten Einblick in die "Messeplakatierung" vermittelt und es Ihnen so umfassend wie möglich erklärt zu haben.

Flussdiagramm







Kritische Schnittstellen

Mit meiner Prozesseinheit habe ich viel Neues gelernt und so mein Wissen erweitert. Natürlich lief bei meinem Ablauf nicht alles gleich auf Anhieb, sondern wusste einige kritische Schnittstellen auf. Für den sauberen Ablauf brauchte es die Unterstützung und Zusammenarbeit der anderen Abteilungen.

Beispiel 1:

Verkauf / Logistikcenter

Die Kommunikation zwischen dem Verkauf und dem Logistikcenter ist sehr wichtig. Für den Plakatbedarf fülle ich das Formular „Bestellungen/Lieferschein“ aus und sende es gleich dem Logistikcenter, damit Sie die Plakate rechtzeitig freigeben können. Falls dies nicht funktioniert, erhält das Betriebscenter die Plakate zu spät und kommt in einen Zeitmangel um die Plakate vorzukleben und die Bleche auf dem Messegelände zu montieren.

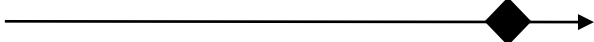
Beispiel 2:

Messeleitung/Verkauf

Für den Verkauf von unseren Plakatstellen auf dem Messegelände muss ich wissen wie viel in etwa verkauft werden darf. Um dies einzuschätzen brauche ich zuerst den Messeplan. Leider ist auf die Messeleitung nicht immer grosser Verlass, da die Pläne uns sehr spät zugestellt werden. Dabei bleibt mir nichts anderes übrig als schon mit dem Verkauf zu beginnen. Wenn ich dann mehr Plakatstellen verkaufe als es Platz hat, entsteht ein Platzmangel. Schlussendlich müssen alle Plakatflächen montiert werden, auch wenn es eng werden kann.

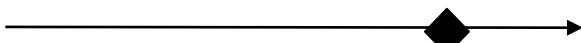
Auswertungsbogen

Während der Prozesseinheit war meine Motivation insgesamt...

tief  hoch

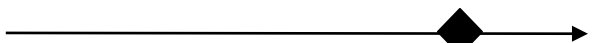
...weil ich gerne solche Arbeiten schreibe und viel daraus lernen kann.

Das Erlernen des Prozesses war für mich...

schwierig  einfach

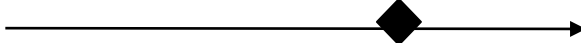
...weil diese Arbeit mir Freude bereitete und ich mich bei der Ausführung des Prozesses sicher fühle.

Mit dem Ergebnis meiner Arbeit bin ich...

unzufrieden  sehr zufrieden

...weil es mir gelungen ist, die einzelnen Schritte kurz und klar zu beschreiben.

Bei der nächsten Bearbeitung eines Prozesses berücksichtige ich von meinen Erfahrungen...

nichts  alles

...weil ich mir anfangs einen Vorgehensplan gemacht habe, der mir sehr geholfen hat, meine Arbeit besser und zeitgerechter einzuteilen. Und so keinen Stress hatte, meine Arbeit rechtzeitig abzugeben.

Anhangsmuster

1. Von der Buchung im System bis zum Lieferschein für das Logistikcenter

The screenshots show a software interface for processing orders. The first screenshot shows the main order details with a yellow callout box pointing to blue fields: "Zuerst werden alle Daten, die Blau vorgehoben sind ausgefüllt." The second screenshot shows the 'Text vor den Rechnungsbeträgen' section with a yellow callout box: "Nächste Lasche öffnen und Name der Messe, Anzahl Flächen und Wunsch - positionierung eintragen." The third screenshot shows a table of items with a yellow callout box pointing to blue fields: "Dann wieder alle blau angeschriebenen Feldchen ausfüllen."

Kundenbeziehung	Rechnungstext	Buchungen	Rabatte	Zusatzkosten	Referenz/Notiz
Auftraggeber	246970	Park Garage Winterthur AG, 8401 Winterthur	Institution	Person	Kontakt Seghezzi Ines
Agentur			Institution		Kontakt
VB HBetr:	ROR	Verkaufs-OEH.Betr. Verkauf Winterthur			
Zahlungsart	keine Beraterkommission				Währung der Kampagne CHF
Deckblattadresse					RG-Kopien 1
Endkunde	246970	Park Garage Winterthur AG, 8401 Winterthur	Institution		
Rechnungsadresse	246970	Park Garage Winterthur AG, 8401 Winterthur			GU-Fall

Kundenbeziehung	Rechnungstext	Buchungen	Rabatte	Zusatzkosten	Referenz/Notiz
Text vor den Rechnungsbeträgen					
Winterthurer Messe 2009					

6 F4 Ständer verteilt auf dem Messegelände					
Text nach den Rechnungsbeträgen					

Kundenbeziehung	Rechnungstext	Buchungen	Rabatte	Zusatzkosten	Referenz/Notiz							
Pos.-Nr.	Positionart	Beschreibung	Stk.	Stk.-Preis	Total	Beginn	Dauer	PF	FD-DE	LO-DE	Partner	Rab
23200	Aushang (Mietpreis und Logistikkosten)	6 F4 Ständer verteilt auf	6	120	720	02.12.2009	5	F4M	WI			<input checked="" type="checkbox"/>
												<input type="checkbox"/>
												<input type="checkbox"/>
												<input type="checkbox"/>
												<input type="checkbox"/>
												<input type="checkbox"/>
												<input type="checkbox"/>
												<input type="checkbox"/>

Auftragsbestätigung 

Park Garage Winterthur
Ohrbühlstrasse 37
8401 Winterthur

Gepard-Nr. 246970
Auftrags-Nr. 568676
Pos.-Nr. 23200
Bezeichnung Winterthurer-Messe 2009

Aushang 5 Tage ab, 02.12.09
Bestellt durch Ines Seghezzi
Unsere Referenz Nadja Rechsteiner Datum 04.06.2009

	Preis	Zusatzkosten	Total
Winterthurer-Messe 2009			
6 F4 verteilt auf dem Messegelände	120.00		720.00
Sujet: 80 Jahre Erfahrung Mitsubishi			720.00
Total CHF o. MwSt.			720.00


Werbemittelbedarf (inkl. Ersatz) 7 F4
Werbemittellieferung franko Domizil bis anfertigung

Auftragsbestätigung erstellen und dem Kunden zustellen.

Plakate bereits an Lager

Allgemeine Verkaufsbedingungen bei
Für Ihren Auftrag danken wir bestens

Mit freundlichen Grüßen
Nadja Rechsteiner
Allgemeine Plakatgesellschaft
Tel. 058 220 76 13 Fax 058 220 76 14

PS Commande/ Bulletin de livraison/
Bestellung Lieferschein 

De/von Wallisellen pour/für Winterthur No d'ordre/
Date/Datum 23.10.2009 Auftrag-Nr. _____
Format F4 Désignation de l'ordre/Auftragsbezeichnung 568676
Pose/ jours, dès le/
Aushang 5 Tage, ab 25.11.2009

Client/
Kunde Park Garage 246970
Agence/
Agentur _____

Nbre/ Anz.	Format	Prix/ Preis	Timbres Ports/ Stempel Porto	Total
	Messen / Ausstellungen			
	Winterthurer Messe 2009			

	6 F4 Stellen auf dem Messegelände verteilt	120.00		720.00

Affiches totales/ Affiches d'entretien/ Affiches expédiées/
Versand ohne Ersatzplakate Versand mit Ersatz

f f f
d **6** d **1** d **7**
i i
le/am par/durch

Affiches reçues/ facturé/ Certificats terminés/
Plakateingang fakturiert Zeugniskontrolle

f Fr.
d
i
le/am le/am
par/durch par/durch

à Distribution/Verteiler
1x Classement vente/
1x Ablage Verkauf
1x Exécuté/
1x Exécuté/
2x Expédition/
2x Spédition
1x Ordonnancement/
1x Ordonnancement

Lieferschein ausfüllen und am Logistikcenter zustellen.

2. Die Dispositionsliste

Winti Mäss 2009

25.11. - 29.11.2009

5 Tage

Frequenz Vorjahr: 36'000

Kontaktperson: Herr Frank Günthardt
Tel: 052 224 60 43

Kunde	VB	Sujet	F4 120.00	F12 320.00	offeriert / bestätigt	Kampagne	Wunschposition	Bemerkungen
Mietervereinigung Neuwiesen	ROR			4	1 280.00	553528		5% BK (1F12 gratis)
Keller Treppenbau	NM		10	5	2 800.00	549613		5% BK
Park Garage Winterthur	ROR		6		720.00	568676		
Tres Amigos, Bassersdorf	TMA		2	2	880.00	578720		5% BK
Stars and Stripes, Brütten	TMA		2	2	880.00	578703		5% BK
Gabriel AG	ROR		4		480.00	578736		
Elibag AG	YIL		6		720.00	582080		5% BK
Casinotheater	ROR		3		360.00	583866		
C.Naef AG	YIL		3		360.00	583891		
Thermalbad Zurzach	ROR			3	960.00	583812		5% BK
Schröckel AG	ROR			1	320.00	584491		5% BK
					0.00			
					0.00			
					0.00			
					0.00			
Total			36	17	9760.00			

3. Das Endergebnis: Der Auftritt unserer Kunden an der Messe

