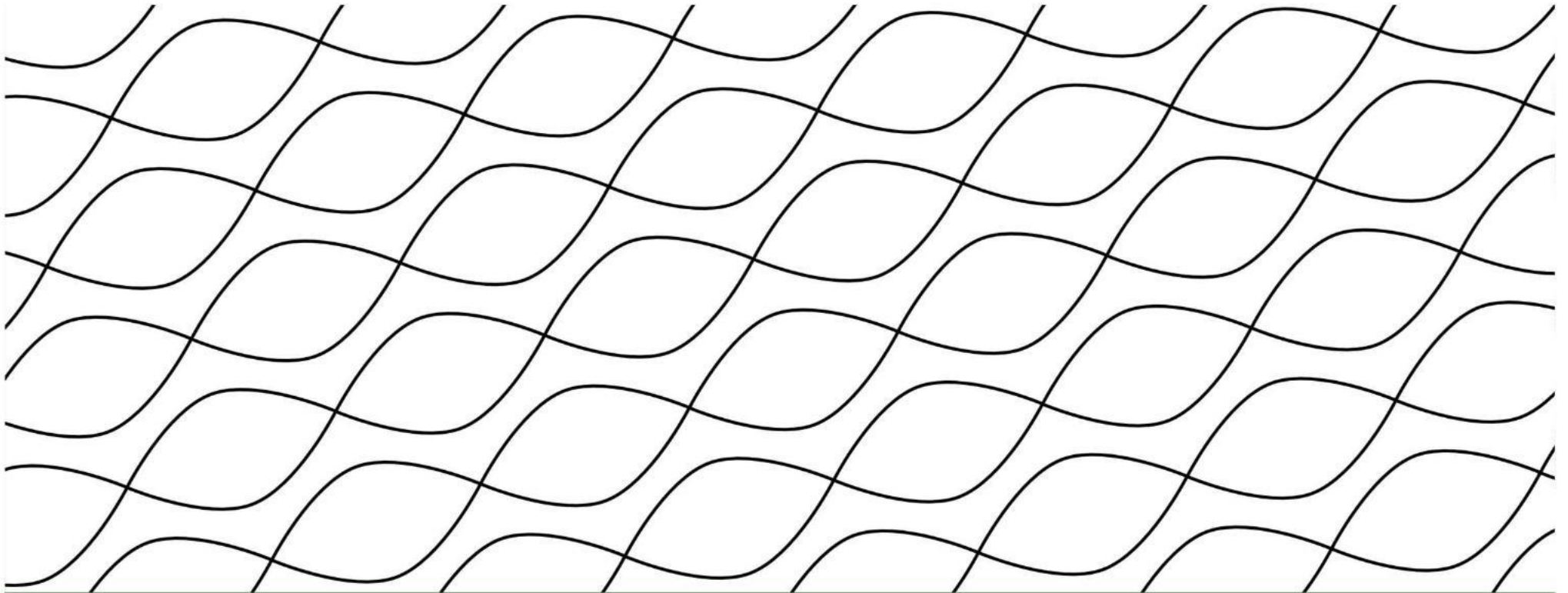


BAMA



BAMA PRÄSENTATION

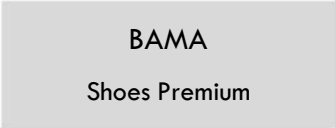
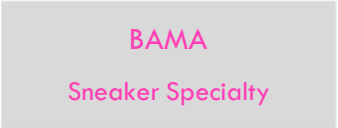
02.09.2022

BAMA MARKENIDENTITÄT UND HIERARCHIE

Markenidentität und Hierarchie, um verschiedene Personas entsprechend ihren Bedürfnissen zu bedienen.

BAMA ..weil jeder Schritt zählt!

BEISPIEL

Persona/ Zielgruppe					
Brand Story/ Narrativ					
Segment/ Kategorie					

BAMA



Sabine und Claudia



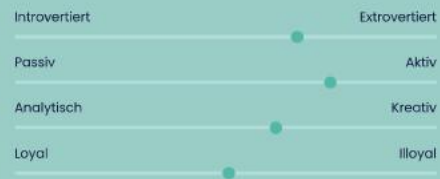
"Ich gönne mir
auch gerne selber
mal was -

aber bewusst und
nachhaltig."

Motivation



Persönlichkeit



Brands



BAMA
MAGIC ELEMENTS

INNOVATION

Innovation in Produktfunktionalität, Produktdesign, Umweltfreundlichkeit und emotionalem Storytelling.



- Reinigt physikalisch - nicht chemisch
- Patentierte Technologie
- Wasserbasiert, PH-neutral, biologisch abbaubar
- Dermatologisch getestet

BAMA

Die BAMA Magic Range wird mit den höchsten Standards an Achtsamkeit und Nachhaltigkeit entwickelt.



- **Dynamic Ecofoam** – Einlegesohle für Dämpfung und Feuchtigkeitsaufnahme mit 60% recyceltem Schaum, 100% recyceltem Garn
- **Lotus Leaf Effect** – Hochwirksamer Imprägnierer ohne Fluorverbindungen, Silikone oder Treibgase
- **Smart Foam** - Upper Cleaner arbeitet auf Wasserbasis mit cleveren Wirkmolekülen
- **Microearthquakes** – Sohlenreiniger auf Wasserbasis reinigt physikalisch, nicht chemisch
- **Smart Microbiology** – Mikrobiologisches Schuhdeo, das effektiv Gerüche beseitigt

BAMA
MAGIC ELEMENTS

ERLEBNIS

Kommunikation und Inszenierung, so dass BAMA mit seinen Produkten zum Shopping Erlebnis beiträgt.



BAMA

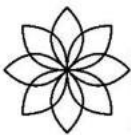
BAMA
MAGIC ELEMENTS

ERLEBNIS



BAMA

WOHLGEFÜHL SORTIMENTE



BAMA

UNSERE LINIEN

BAMA MAGIC ELEMENTS



Sabine und Claudia



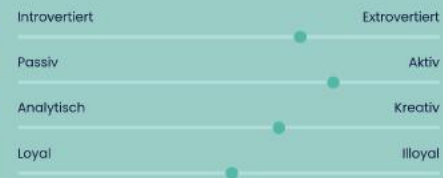
"Ich gönne mir
auch gerne selber
mal was -

aber bewusst und
nachhaltig."

Motivation



Persönlichkeit



Brands



BAMA

DIE VERKAUFSUNTERSTÜTZUNG



BAMA

NEW



Gabi and Marcus

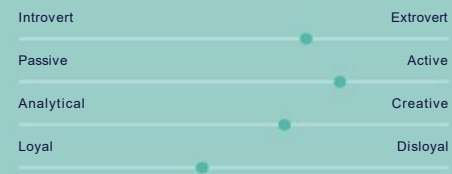


"Live, love,
lough -
and be
involved."

Motivations



Personality



Brands



BAMA

Markendesign - BAMA NEW



Markendesign - BAMA NEW



HUMANIC

AM MUSEUMSQUARTIER

BAMA

Eine Traditionsmarke
erfindet sich neu.



BAMA

ESSENTIALS

Michael and Renate

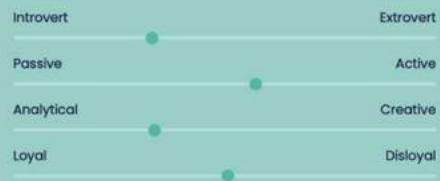


"Family comes first -
but it has to be neat."

Motivations



Personality



Brands



BAMA

BAMA

ESSENTIALS



BAMA

TRAININGSKONZEPT

Training und Motivation der Mitarbeiter



Training für Mitarbeiter / Führungskräfte

1. 5 verschiedene Trainingsmodule für Mitarbeiter auf der Fläche
 2. Training on the Job von geschulten Bama Mitarbeitern
 3. Aktionstage auf der Fläche (Magic Day) so werden die erlernten Themen umgesetzt
 4. Seminare für Führungskräfte – Ziele definieren, nachverfolgen und zum Erfolg bringen – Mitarbeiter motivieren
-
1. E Learning – wenn persönliche Termine nicht möglich sind können sich Mitarbeiter über PC – Lap Top selber weiter bilden.

Erfolg gemeinsam erarbeiten

BAMA
GROUP

UNSERE ERFOLGSBAUSTEINE FÜR SIE



Teamziele entwickeln / ableiten

Das ‚Warum‘ für die Kategorie ‚Furnituren‘

Die Teams finden ihre eigene Zielsetzung für die Kategorie ‚Furnituren‘ (abgeleitet von den Unternehmenszielen des Händlers) und definieren eigenverantwortlich Umsetzungs-Schritte und Messbarkeitskriterien.

Schwerpunkt-Themen:

- Ziele und die zugehörigen Nutzen (= Warum) für die Zielerreichung definieren
- Bei vorhandenen Zielen: Transparenz & Verständnis schaffen, Raum für Fragen eröffnen
- Umsetzungsplanung für die Teamziele erstellen



Zusatzempfehlung direkt beim Schuhverkauf

Für jeden Schuh eine passende Empfehlung

Die Teams erarbeiten sich aktive Handlungen und Sätze zu bestimmten Produkten auf der Fläche, ohne aufdringlich zu wirken. Hier kann durchaus jeder ein anderes Produkt favorisieren.

Schwerpunkt-Themen:

- Warum ist es so wichtig, am POS zu beraten?
- Eigene (von den Verkäuferinnen) Erfahrungen und positive Erlebnisse/Beispiele erarbeiten
- Bgl. Saisonprodukte / Komfortprodukte für den Verkauf am POS definieren

Mit Kundeneinwänden gut umgehen können

Im Gespräch bleiben

Im Gespräch bleiben mit den Kunden – nicht gleich aufgeben. Die Teilnehmer haben ein kompetentes Auftreten im Kundengespräch, fühlen sich sicher und können mit den häufigsten Einwänden so umgehen, dass das Gespräch weiterhin positiv verläuft.

Schwerpunkt-Themen:

- Welchen Mehrwert bietet eine gute Einwandbehandlung im Verkauf?
- Gemeinsam Methoden für den Umgang mit den typischen Einwänden erarbeiten
- Argumente für wichtige Produkte sammeln



Zusatzempfehlungen an der Kasse

Für jeden Kunden eine passende Empfehlung

Die Teams erarbeiten sich aktive Handlungen und Sätze zu bestimmten Produkten, welche beim Zahlvorgang mit einfließen können, ohne aufdringlich zu wirken. Hier kann durchaus jeder ein anderes Produkt favorisieren.

Schwerpunkt-Themen:

- Warum wird die Zusatzempfehlung an der Kasse immer wichtiger
- Gemeinsam eigene Erfahrungen und positive Erlebnisse/Beispiele sammeln
- Saisonprodukte für den „Kassenverkauf“ definieren



Richtig fragen, Wünsche wecken

Mehr erfahren, individueller beraten

Wer mehr vom Kunden weiß, kann individueller beraten und mit passenden Zusatzempfehlungen Mehreinsatz generieren. Die Teams erarbeiten gemeinsam die richtigen Fragen, um beim Kunden Wünsche und Bedarf für die richtigen Produkte zu wecken.

Schwerpunkt-Themen:

- Warum ist das richtige Fragen / Wünsche wecken so wichtig für den erfolgreichen Verkauf?
- Gemeinsam eigene Erfahrungen und positive Erlebnisse/Beispiele sammeln
- Beispiele für gute, hilfreiche und zielführende Fragen finden

Preis pro Baustein: ~~250 €~~ - exklusiv und für unsere Kunden kostenlos (Reisekosten, Material, Personaleinsatz, Vorbereitung)

EUROPÄISCHE PRODUKTION UND ABFÜLLUNG

R&D, PRODUKTION UND LOGISTIK IN POLEN



BAMA

**Eine lange Reise beginnt mit dem ersten Schritt –
Willkommen bei BAMA!**

...weil jeder Schritt zählt.

BAMA

Dankeschön



BAMA