Checkliste: Pferde erfolgreich vermarkten

Tops & Flops

Pferdevermarkung ist eine Dienstleitung. Sie umfasst das willkommen heißen der Kunden, eine bestmögliche Beratung und Betreuung von der ersten Beschau des Pferdes bis über den Verkauf hinaus. Mit welchen Tops können Sie im Umgang mit den Kunden punkten? Welche Flops vergraulen Interessenten? Hier eine kleine Übersicht:

Tops	**Flops**
Marktkenntnisse	Keine oder mangelhafte Kenntnis bei Nachfragen
Professionelle Kenntnisse über Mitbewerber	Laienhaftes Anbieten ohne Übersicht
„Produkt“ und Preis muss dem Markt angepasst sein	Anbieten mit nicht gerechtfertigtem Preis oder spontane Preisänderungen
Der richtige Zeitpunkt	Zeitpunkt verpasst, verkaufen aus der Not
Pferd passt zur Zielgruppe	Anbieten an Jedermann
Vorab Selektion der Kunden am Hof	Ausprobier-Tourismus
Qualität: ein oder zwei ideal für Interessenten geeignete Pferde anbieten	Quantität: Interessenten alle Pferde vorführen, die zum Verkauf stehen
Planung der Vermarktung im Inland, dann im Ausland	Ohne Plan und zeitliche Limits überall anbieten
Vermarktung über gezielte Säulen und passendes Medium: Dazu gehört das eigene Netzwerk, die Homepage, Online Marketing. Kontakt zu Stammkunden, etc.	Nur über eine Plattform oder ein Magazin
Gesunde Pferde	Pferde mit Mängeln oder Krankheiten (absolutes No-Go ist es, diese zu verschweigen)
Lückenlose Aufzeichnungen zu Ausbildung, Impfungen, Krankheiten	Lückenhaftes Wissen zum Pferd und Erwähnung von Krankheiten oder Mängeln erst bei Nachfrage oder Kaufabschluss
Pferde mit entsprechender Ausbildung	Pferde ohne Grundausbildung
Turnierpferde mit Erfolgen + entsprechend Infos zu Turniereinsätzen, Pedigree, Zeigen von.Fotos, Videos, Protokollen, Ergebnissen, etc.	Lückenhafte Platzierungen, Ausfälle
Transparenz & Ehrlichkeit	Laienhafte, lückenhafte Aussagen, mutwilliges Verschweigen oder Lügen
Optimale Haltungs- und Pflegebedingungen	Haltungsform und Pflegezustand entsprechen nicht dem Standard (oder den Leitlinien)
Kollegialität zu anderen Züchtern, Sportlern, Tierärzten, etc.	Konkurrenzdenken
Korrekter Kaufvertrag, der lückenlos ausgefüllt ist	Internet Vertrag, Kauf von Privat obwohl gewerblich

Gutes Zeitmanagement: Wie lange kann und sollte der Termin dauern	Zeitintensives Ausprobieren aller Pferde
Ggf. Hilfe beim Reservieren eines passenden Hotels, Abholen zum Termin etc.	Keine Anfahrtsbeschreibung
Vorbesprechung in ungestörter Atmosphäre	Kein Vorgespräch oder Hektik: Pferd bereits in der Halle, etc.
Personal weiß Bescheid und bereitet top gepflegtes Pferd vor	Pferd ungeputzt, noch auf der Koppel o.ä.
Vorreiten, Reiten unter Anleitung aber: Dauer begrenzen mit Anweisungen	Keine Nachfrage nach Verwendungszweck des Pferdes

Wenn ein erster Testlauf mit dem Pferd positiv abgeschlossen ist, folgen die nächsten Schritte:

- Eine abschließende Besprechung in Hinblick auf den Zweittermin, wobei Sie die Themen Ankaufsuntersuchung, die Abwicklung des Verkaufs und den Transport ansprechen sollten.

- Bedenken Sie beim Zweittermin: Die Eignung des Pferdes zum angedachten Verwendungszweck für den Reiter muss passen! Wenn der Kunde zum Beispiel ein Freizeitpferd sucht, wird auch ins Gelände geritten.

- Nach dem Zweit- oder Drittbesuch wird der Kauf abgewickelt. Je nach Kundenwunsch können Sie dazu auch eine Art „Komplett Service“ anbieten. Dazu können weitere Ausbildung, Turnierbetreuung, Beritt und Lehrgänge ebenso gehören wie Unterstützung bei der Suche nach einem geeigneten Ausbilder nach dem Kauf, bei der Suche nach einer passenden Anlage, Transportservice, etc.