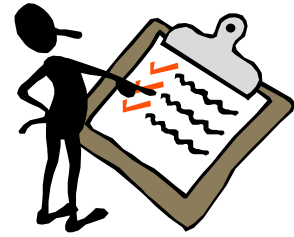


Aufbau eines betriebsbezogenen Produktkatalogs

Deckblatt

- Bestattungsinstitut: Name und Adresse
- Kommunikationsangaben: Telefon & Fax & Internet & Email
- Logo bzw. Bild bzw. Leitspruch?
- evtl. Leistungen auflisten
- „überreicht durch“ – ersetzt die Visitenkarte!
- Stil/Layout sollte sich in den nächsten Seiten fortsetzen.

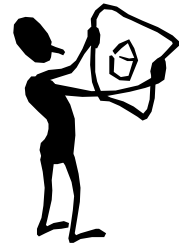


evtl. Inhaltsübersicht als 2. Seite

- mit Seitenzuordnung, besser: nach Artikel-Gruppen sortiert, z. B. I/1 = Sarg, Seite 1, II/3 = Urne, Seite 3, – lässt sich leichter ergänzen, evtl. Artikel-Gruppen durch Registerblätter abgetrennt

Produktauswahl

- **Standardsortiment** mit Sarg, Urne, Bestattungswäsche, Beschläge (beim Sarg), Zubehör wie Sargkreuz, Rosenkranz auflisten (evtl. ohne Bild)
- **Sondersortiment** bzw. neue Produkte als Extra-Beilage



Produktbeschreibung

- Material, Farbe, Form, Verzierung, Besonderheit, Vergänglichkeit,
- **Fachbegriffe** verwenden und evtl. erklären!
- Möglichkeiten: als fortlaufender Text oder in Stichpunkten mit Aufzählungspunkten oder – aber immer einheitlicher Stil!

Produktname

- **Herstellername** oder **Phantasiebezeichnung** (sollte Bezug zum Produkt/zur Leistung haben)?

Interne Artikel-Nummer vergeben

- kann **numerisch bzw. alpha-nummerisch** aufgebaut sein, aber: über den PC erfassbar!
- **mehrstellig**, damit man Obergruppen und Untergruppen bilden kann
- in den Artikelgruppen jeweils freie Artikel-Nummern für neue Produkte reservieren
- **Beispiel** für numerische Artikel-Nummer: 1000 = Säрге ausgeschlagen, 2000 = Decken/Kissen, 3000 = Damen-/Herrentalare (Sterbehemden), 4000 = Urnen, ...[1000 = Eichensärge, 1100 = Pappelsärge, 1200 = Kiefersärge,...)



evtl. Preisangabe

- dann **Bruttopreise** wegen Endverbraucher, bei Särgen incl. Aus- und Beschlag?
- **besser**: Preise nicht direkt mit dem Bild verbinden, sondern als separate Preisliste

Gestaltung

- ausgewählte Schriften: max. zwei Schriftarten und zwei Schriftgrößen (10/12 -> 14/16)
- wenig Formatierungen (fett, kursiv – unterstreichen ist out!)
- Einheitliches Layout: gleicher Rand, Kopfzeile mit Firmenname, Fußzeile mit Seitenzahl, Firmenlogo, gleiche Farben, => **CI = Corporate Identity**
- nicht zu viele Produkte auf einer Seite (max. 2!?)
- Ordner mit Register anlegen, damit das ausgesuchte Produkt dem Auftraggeber problemlos übergeben werden kann (lässt sich leichter ergänzen)



Vorteile des Produktkatalogs:

- man lernt die "eigenen Produkte" durch die Auswahl und Beschreibung besser kennen
- man muss beim Beratungsgespräch im Trauerhaus nur einen Katalog mitnehmen
- man kann ohne Probleme neue Produkte integrieren bzw. "Ladenhüter" austauschen
- man kann dem Auftraggeber die ausgesuchten Produkte "aushändigen", damit dieser Sarg oder Urne den Verwandten und Bekannten zeigen kann - leichter Ersatz durch neuen Ausdruck möglich.
- man zeigt "Beratungskompetenz"