



Aktionsleitfaden Late-Night-Shopping

Late-Night-Shopping – Nachtschwärmer in Kauflaune

Machen Sie die Nacht zum kurzweiligen Shopping-Erlebnis und erzielen mit einer einfach durchzuführenden Aktion und attraktiven Angeboten deutlich mehr Aufmerksamkeit. Viele Kunden genießen es auch, mal außerhalb der regulären Ladenöffnungszeiten die Chance zum Einkaufen zu haben.



Ziel der Aktion

Sie haben mit dieser Aktion die Chance, den Abverkauf spürbar anzukurbeln und beeindrucken darüber hinaus sowohl bestehende als auch potenzielle Kunden durch ein außergewöhnliches Event in Kombination mit verlängerten Öffnungszeiten und besonderen Angeboten.



Zielgruppen

Ob bereits Kunde oder noch nicht – mit der PoS-Aktion „Late-Night-Shopping“ können Sie unabhängig von Alter, Einkommen und Geschlecht jeden ansprechen und ein breites Publikum für Ihr Ladengeschäft begeistern.



Vorteile für Ihr Geschäft/Umsatzpotenzial

- Starke Verkaufsimpulse mit einem extrem beliebten Anlass setzen
- Flexible Aktion – kann an unterschiedlichste Ansprüche, Budgets und Ladengrößen angepasst werden
- Positive Abgrenzung im Wettbewerb
- Jederzeit und saisonunabhängig durchführbar
- Hohe Aufmerksamkeit – insb. in Kombination mit einem Gewinnspiel
- Neukunden-Akquise und Kundenbindung
- Mehr Abverkauf durch entspanntes Shopping

Wichtiger Hinweis

Bitte denken Sie daran, die Aktion aufgrund der besonderen Ladenschlusszeiten gegebenenfalls bei den zuständigen Behörden anzumelden.

Wie das nächtliche Shopping-Event gelingt – Ablauf der Aktion

1. Kommunikation

- ☐ Die Aktion wird unter ein Motto gestellt – z. B. „Late-Night-Shopping: heiße Angebote & coole Drinks“
- ☐ Etwa ab vier Wochen vor dem Event sollte auf das Late-Night-Shopping aufmerksam gemacht werden.
- ☐ Die Aktion kann über Ihr Geschäft angekündigt werden – z. B. auf der eigenen Webseite, über Social-Media-Kanäle, per E-Mail oder WhatsApp an Kunden, über Einladungsflyer, Poster oder das Schaufenster.
- ☐ Zusätzlich lässt sich die Aktion extern bewerben – z. B. Banner auf lokalen Internetportalen, Anzeigen in lokalen Zeitungen sowie im regionalen Rundfunk.
- ☐ Als Verstärker kann ein Gewinnspiel mit Sofortgewinnen im Laden stattfinden.

2. Point of Sale

- ☐ Im Schaufenster und im Ladengeschäft wird das nächtliche Event beworben. Auch Radio und Video-Installationen können eingebunden werden.
- ☐ Am PoS wird eine Bar eingerichtet, an der Drinks und Snacks ausgegeben werden.
- ☐ Stehtische können im und auch vor dem Geschäft platziert werden.
- ☐ Kurbeln Sie mit besonderen Angeboten und Rabatten die Umsätze zusätzlich an. Kündigen Sie die Angebote mit einem passenden Motto wie „Late-Night-Rabatte für Ausgeschlafene“ an.
- ☐ Sorgen Sie mit chilliger Musik für eine noch entspanntere Atmosphäre, die zum Shoppen motiviert. Stellen Sie hierfür rechtzeitig eine Playlist zusammen oder engagieren Sie einen DJ.
- ☐ Wenn Sie über genug Platz im Geschäft verfügen, können Sie auch eine kleine Bühne für Produktvorführungen oder Darbietungen von Kleinkünstlern wie Tänzern oder Zauberern einrichten.



3. Gewinnspiel

- ☐ Veranstanen Sie an einer prominenten Stelle im Laden ein unterhaltsames Gewinnspiel mit Sofortgewinnen.
- ☐ Gewinnspielmechanik: Lassen Sie Ihre Kunden mit einem riesigen aufblasbaren Würfel würfeln. Das sorgt für viel Aufmerksamkeit im Laden und zieht automatisch Besucher an. Wer eine 6 würfelt, erhält einen Sofortgewinn.
- ☐ Als simple Sofortgewinne eignen sich Dinge, die zum Thema „Nacht“ passen. Dies sind z. B. Taschenlampen, Wunderkerzen, kleine Duftkerzen, Kirschkernkissen für einen guten Schlaf, Schlafmasken oder dekorative Kosmetik.
- ☐ Noch zielführender ist es, wenn Sie mit den Sofortgewinnen Ihre Umsätze weiter pushen. Geben Sie statt der kleinen Geschenke lieber Gutscheine für Ihr Geschäft aus. Mit Gutscheinen wie „10 % Rabatt nur in dieser Nacht“ schaffen Sie Anreize, dass die Kunden beim Late-Night-Shopping noch mehr kaufen. Sollten sie schon bezahlt haben und dann erst am Gewinnspiel teilnehmen, können Sie alternativ den entsprechenden Rabatt-Betrag nachträglich als Gutschein ausgeben, der innerhalb von vier Wochen eingelöst werden kann. So schauen die Kunden sicherlich in Kürze wieder rein.

4. Catering

- ☐ Bieten Sie z. B. den beliebten und erfrischenden Cocktail „Aperol Spritz“ an. Dazu benötigen Sie lediglich Prosecco oder Weißwein, Aperol, Mineralwasser und Eiswürfel.
- ☐ Alternativ bietet sich ein kleines Wein- oder Gin-Tasting an.
- ☐ Halten Sie auch Softdrinks – zumindest aber Mineralwasser – bereit.
- ☐ Zu den Drinks werden Fingerfood und Knabbersachen gereicht.

