

## 2018/2019 gia Global Innovator Award Bewerbungsbogen

Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen:

### Kontaktdaten des Einzelhändlers

- Name des Geschäftes:
- Name des Ansprechpartners:
- Funktion:
- Adresse:
- Stadt:
- Postleitzahl:
- Bundesland:
- Land:
- Telefonnummer:
- E-Mail (wird für den Kontakt für die Reisearrangements gebraucht):
- gia Ansprechpartner (die Person, die zur Messe nach Chicago reist, um den Preis entgegenzunehmen):
- Wie soll der Name Ihres Unternehmens auf dem Preis und den Preis-Präsentationen erscheinen:
- Website des Geschäftes (wenn vorhanden):
- Website des übergeordneten Unternehmens (wenn vorhanden):
- Gründungsjahr des Unternehmens:
- Anzahl der Filialen:

Weitere Informationen

### Vorgaben für Fotos und Grafiken

- Benötigt werden professionelle hochauflösende Fotos und Grafiken (300 dpi Tiff oder JPG).
- Bitte reichen Sie bis zum 15. November die folgenden hochauflösenden Fotos und Grafiken ein.
- Geben Sie bitte jedem Foto einen englischen Titel.

### Folgende Fotos sind erforderlich:

- Zehn bis 15 Innenaufnahmen des Geschäftes, darunter
  - a) Sieben bis zehn Fotos, die einen Überblick über die verschiedenen Bereiche des Geschäftes geben.
  - b) Fotos von Warenpräsentationen.
- Ein bis vier Fotos von Schaufensterdekorationen.
- Ein bis zwei Außenaufnahmen des Geschäftes.
- Ein Foto des gia-Ansprechpartners, also der Person, die das Geschäft in Chicago repräsentiert (bitte fügen Sie den Namen der Person in den Dateinamen des Fotos ein).
- 

**Bitte beachten:** keine Fotos einreichen, die nur Produkte zeigen! Sie sollten immer auch Visual Merchandising- und Display-Techniken verdeutlichen.

**Foto-Anforderungen:**

- Alle Fotos müssen im digitalen Format als hochauflösende 300 dpi Tiffs oder JPGs eingereicht werden.
- Die Fotos von Visual Merchandising-Beispielen, Schaufenster-Dekos und die Außenaufnahmen sollten ca. 18 x 24 cm messen.
- Das Foto des gia-Ansprechpartners sollte ca. 12 x 18 cm messen.
- Das Logo des Geschäftes muss als Illustrator.eps (Vektor) Datei eingereicht werden.

**Bitte beachten:** Die Anzahl der eingereichten Fotos darf die oben aufgelisteten nicht überschreiten. Alle Fotos können über Hightail an die IHA geschickt werden (das übernimmt gerne stil & markt für Sie). Dazu müssen Sie nur die unten angegebene URL kopieren. Dort müssen Sie Ihren Namen und Ihre Mail-Adresse eingeben, dann können Sie hochauflösende Fotos von Ihrem Computer aus hochladen. Falls möglich, geben Sie bitte den Namen Ihres Landes in der Betreffzeile an.

<https://spaces.hightail.com/uplink/housewares>

**Kontakt Daten von Medien:**

Bitte listen Sie die Kontaktdaten aller Zeitungen, Radio- und Fernsehsender auf, die über Ihren Preis informiert werden sollen. Wenn Sie einen gia Global Honoree Award oder einen Visual Merchandising Award erhalten, wird die International Housewares Association (IHA) diese Medien sofort nach dem gia Award Dinner informieren.

Bitte geben Sie für jedes Medium an:

Name des Mediums, Ansprechpartner, E-Mail-Adresse, Telefonnummer und Website.

**Bewerbungsbogen:**

Der Bewerbungsbogen muss in Englisch ausgefüllt werden.

- Die Fragen müssen genau beantwortet werden; die Antworten sollen in maximal zehn Aufzählungspunkten gegeben werden (oder, wenn angegeben, in 50 bis 200 Wörtern).
- Die gia-Jury beurteilt den Ist-Zustand und das, was in der Vergangenheit getan wurde. Deswegen sollten Zukunftspläne nicht zu lange und ausführlich dargestellt werden.

**Bitte beachten:** Fotos, Infos und Referenzen der gia-Gewinner könnten für gia-PR und zukünftige gia-Werbemaßnahmen sowie gia-PowerPoint-Präsentationen der gia-Experten-Jury verwendet werden. Die PowerPoint-Präsentationen werden als Werbe- und Instruktionsmaterial in verschiedenen Ländern eingesetzt.

# Bewerbung

## 1. Die Mission/Vision/Strategie Ihres Geschäftes:

Bitte beschreiben Sie die Ziele und die Philosophie Ihres Unternehmens (maximal 100 Wörter).

## 2. Die Geschichte Ihres Geschäftes,

aus der hervorgeht, wie sich Ihr Unternehmen seit seiner Gründung entwickelt hat (maximal 50 Wörter).

## 3. Ladenbau/Anlage des Geschäftes/Grundriss:

Bitte beschreiben Sie den Ladenbau, die Anlage des Geschäftes (Sortimentsaufteilung) und die Art, wie mit Hilfe des Grundrisses die Kundenströme geleitet werden (nach Aufzählungspunkten gegliedert, maximal 200 Wörter). Reichen Sie, falls vorhanden, einen Grundriss ein.

Dabei sollten Sie eingehen auf: Grundthema/Atmosphäre/Stimmung des Geschäftes; im Ladenbau verwendete Materialien, Beleuchtungslösungen, Musik, Shop-TV, Internet und andere neue Technologien, die das Grundthema unterstützen; wie Produkte präsentiert werden, um den Umsatz zu steigern oder die Kunden gezielt anzusprechen; wie die Kundenströme gelenkt werden, um den Umsatz zu steigern oder den Kundenservice zu verbessern; auf die Besonderheiten in ihrer Ladengestaltung (auf das, was Ihr Geschäft einzigartig macht).

## 4. Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung:

Bitte beschreiben Sie, wie Sie Produkte im Geschäft und in den Schaufenstern präsentieren (nach Aufzählungspunkten gegliedert - maximal 200 Wörter). Reichen Sie dazu Fotos ein. Dabei sollten Sie eingehen auf: saisonal wechselnde Präsentationen; die Kreativität der Präsentation und thematischer Darstellungen; die Verbindung mehrerer Warengruppen in einer Präsentation; wie oft Präsentationen gewechselt werden; ob besondere Beleuchtung, Musik, Düfte etc. eingesetzt werden.

## 5. Marketing, Werbung, Promotion:

Bitte beschreiben Sie Ihre Marketing-, Werbe-, Promotions- und Kundenservice-programme, die Sie während des Jahres durchführen (nach Aufzählungspunkten gegliedert - maximal 200 Wörter). Reichen Sie dazu gescannte Anzeigen oder Fotos von Marketingmaterialien ein. Dabei sollten Sie eingehen auf: Direktmarketing (Kataloge, Flyer, Sonderangebote, E-Mails etc.); Werbung; PR-Anzeigen; Ihre Website, Facebook-, Instagram-, Pinterest-, Twitter- und YouTube-Aktivitäten; Produktvorführungen; Produktverkostungen; Events; verfügbare Verkaufsmaterialien (Produktinfoblätter, Gebrauchsanweisungen, Rezepte etc.); Audio- und Videovorführungen im Geschäft; After-sales-Material wie Einkaufstaschen mit dem Geschäftslogo, Geschenkpapier und -bänder, Dankes-Karten etc.

## 6. Kundenservice und Mitarbeiterschulung:

Bitte beschreiben Sie, wie Sie Ihre Mitarbeiter schulen und geben Sie Beispiele für Ihre besten Kundenservice-Maßnahmen an (nach Aufzählungspunkten gegliedert - maximal 200 Wörter).

Dabei sollten Sie eingehen auf: wie Sie Mitarbeiter suchen und einstellen; Schulungsmaßnahmen; Motivationsmaßnahmen für Ihre Mitarbeiter (auch Sonderzahlungen und Beteiligungen); Arbeitspläne; Fortbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten.

## **7. In welcher Weise sind Sie innovativ?**

Bitte beschreiben Sie die innovativsten Geschäftspraktiken, mit denen sich Ihr Unternehmen positiv von anderen Geschäften Ihrer Branche abhebt (nach Aufzählungspunkten gegliedert - maximal 200 Wörter).

Dabei sollten Sie eingehen auf: Geschäftspraktiken, die Sie zu einem führenden Unternehmen im Markt gemacht haben; nachhaltige und «grüne» Strategien; Verflechtung von stationärem Handel und Online-Präsenz (z.B. Gibt es eine App?), einzigartige Handelskonzepte, Geschäftspraktiken, Marketing- und/oder Verkaufstechniken, Produkte, Ordervarianten etc., die keiner Ihrer Wettbewerber einsetzt; wie Sie neue Technologien einsetzen, um effizienter zu arbeiten.

## **8. Bitte beschreiben Sie Ihr Geschäft in 100 Wörtern.**

Dieser Text wird in den gia-Displays, Marketingmaterialien und während des gia-Gala-Abends verwendet. Gehen Sie in diesem Text auf die Besonderheiten Ihres Geschäftes ein, das, was es einzigartig macht.

Achtung: Dieser Text deckt andere Inhalte ab als das in Frage 1 geforderte «Mission»-Statement!

Hier ein Beispiel:

„Authentisch, ehrlich, kompetent, freundlich – das sind die Stärken von Homann schenken-kochen-wohnen. Die Ware ist austauschbar, aber unser Team ist mit seinen Stärken und Schwächen nicht zu kopieren. Das, was wir machen, machen wir mit Begeisterung. Unsere Eventabteilung und unsere Kreativität sind unschlagbar. Wir sind Einzelhändler aus Leidenschaft, und die Kunden honorieren das. Unsere treuesten und stärksten Kunden sind die über 2000 Mitglieder unseres Koch- und Backclubs. Unsere Koch-, Grill- und Backkurse sind weit über die Grenzen von Dülmen hinaus bekannt. Alle unsere Kochkurse werden während unserer Öffnungszeiten durchgeführt. Der Duft, der dann durch den Verkaufsraum zieht, fördert die Stimmung im Laden und zieht weitere Kunden an. In der Kommunikation mit unseren Kunden setzen wir vor allem auf unsere Kundenkarte mit über 8000 aktiven Stammkunden, aber auch verstärkt auf die sozialen Netzwerke. Dadurch gelingt es uns, auch junge Kundengruppen für Homann schenken-kochen-wohnen zu begeistern.“