



Impressionen

Sales Event 2005

Schweizerische Post

in der Messehalle Luzern vom 19. Januar 2005

Konzeption, Event-Design, Moderation und Regie durch:



schmidpm

schmidpm
Peter Schmid
Bernstr. 133
CH-3148 Lanzenhäusern
+41 31 732 02 33
schmid@schmidpm.ch
www.schmidpm.ch



Barbara Leuner
Unternehmensentwicklung
Bahnhofstr. 26
CH-5000 Aarau
+41 62 822 86 80
info@blu-beratung.ch
www.blu-beratung.ch

Agenda

Luzern Messe, Halle 1
19. Januar 2005



ab 08:45

Ankunft in der Messe Luzern
Halle 1

09:25

Check-In und Welcome Kaffee im Bistro
Offizieller Beginn
Moderation: Peter Schmid und Barbara Leuner



Kennenlernen in den bereichsgemischten
Homegroups

Interaktiv



Stand und Weiterentwicklung
konzernweite Verkaufs- und
Kundenbindungsstrategie
Frank Marthaler, Leiter Fachkomitee Verkauf

Referat



Runde 1 in den Mini-Labs
Diskussionen mit Vertretern des Verkaufs, der
Geschäftsfelder und -bereiche, sowie der
Konzernleitung

Interaktiv

ca. 12:00



Mittagessen mit Grillbuffet
und anschliessendem Kaffee im Bistro

ca. 13:30



Runde 2 in den Mini-Labs
Diskussionen mit Vertretern des Verkaufs, der
Geschäftsfelder und -bereiche, sowie der
Konzernleitung

Interaktiv



Verleihung des Sales Award 2004
Moderation: Claudio Minder

Celebration

Schlussbouquet

16:30

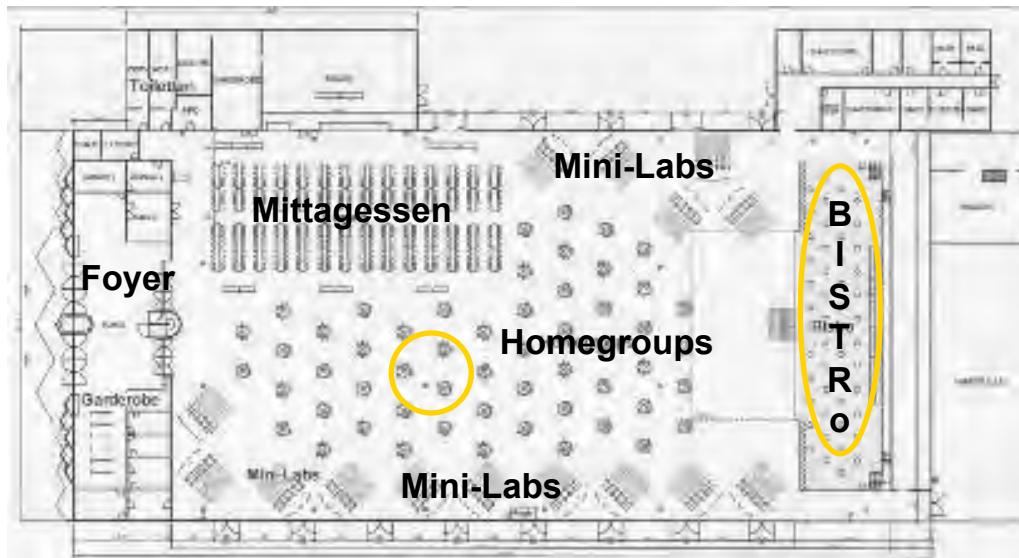
Schluss des Sales Event 2005

Teilnehmende

insgesamt **430 Teilnehmende**
des CH-weiten Verkaufs der
Schweizerischen Post:

- Vertreter der Konzernleitung
sowie des Verwaltungsrates
- Bereichsleiter, Geschäftsführer
von verschiedenen
Tochtergesellschaften
- Mitarbeitende des Verkaufs der
Bereiche

Raumlayout – alles in einem Raum von 5000m²



Hallenaufteilung in

- 53 Homegroups
- 15 Mini-Labs (Workshops)
- Essbereich
- Bühne inkl. Bistro

Vormittags-Impressionen



... im Wechselspiel
von Homegroup-
Arbeiten zur Mini-
Lab-Session



wieder zur

Homegroup zurück
und erneute Mini-
Lab-Session...



Mittagessen



... kulinarische Höhenflüge
für alle 430
Teilnehmenden, alles
inklusive...



Nachmittags-Impressionen



... Erfrischung bei Kaffee, Tee oder Orangensaft für die Teilnehmenden im permanenten Bistro ...



... während die Crew immer wieder Lagebesprechungen führt und wo nötig flexibel Ablauf und Moderation anpasst



Nachmittags-Impressionen

... Effort nach dem Mittagessen ...



... Giulla im Austausch mit den Teilnehmenden ...



... gemeinsames Bereitstellen der Konzertbestuhlung ...



Sales-Award-Verleihung

... zum eigentlichen
Schlussakt: der Sales-
Award-Verleihung 2004!

