

BOBKAS BUSINESS – 12/2014

Gestern Verkäufer – heute Identitätsmanager

Einkaufserlebnis Regio 2.0: Vielfältig wie anspruchsvoll sind die Herausforderungen des Einzelhandels in der Region. Der stigmatisierende Kampf gegen den Internethandel ist allerdings nicht zielführend – der Kunde agiert heute aus einem anderen Selbstverständnis heraus. Warum als Händler das Internet als Gegner sehen? Warum nicht als Chance zur permanenten Vernetzung mit den Kunden verstehen? Es gilt die Potentiale auszuschöpfen, sich als stationärer Einzelhändler immer wieder selbst auf den Prüfstein zu stellen – was braucht der Einzelhandel heute und in der Zukunft? Der Besuch des Geschäftes muss für den Kunden ein echtes Erlebnis sein: Faszination und Inspiration – Kunden wollen die Produkte und die Identität des Händlers fühlen und erleben. Verkaufsräume müssen so gestaltet sein, dass Kunden animiert werden, Produkte auszuprobieren und spielerisch mit Ihnen zu interagieren. Der Händler muss im Kopf des Kunden sein Alleinstellungsmerkmal verankern. Detailliertes Wissen über Produkte und deren Handhabung reichen schlicht nicht mehr, da Kunden heute besser vorinformiert sind. Verkäufer durchlaufen deshalb den Wandel zu Identitätsmanagern ihrer Kunden. Gefragt sind also kreative Kompetenzen zur Lösung und Inspiration der Kunden.

Es gewinnen Zusatzdienstleistungen wie Wissensvermittlung oder Weiterbildung der Kunden rasant an Bedeutung. Stationäre Händler werden zum Trainer ihrer Kunden, helfen Lösungen für den Alltag bzw. persönlichen Bedürfnisse zu finden. Die Einbindung in eine regionale Community sowie Erlebnis, Spaß und Unterhaltung stehen verstärkt im Zentrum. Es gilt also das eigene Geschäft zum „sozialen Kitt“ zu formen, der regional in der Gemeinschaft verankert ist. Starten Sie mit dieser Frage: Was ist als Händler mein ganz persönliches Alleinstellungsmerkmal, mein USP aus Kundensicht, und ist dieser für die Kunden klar erkennbar? Im nächsten Schritt gilt es die eigenen Abläufe, Prozesse und Strukturen darauf auszurichten, dem hybriden Kunden (Online/Offline) heute die Nutzung aller nahtlos vernetzten Verkaufskanäle zu ermöglichen. Dabei spielt die moderne, personalisierte Kundenansprache durch neue Instrumente wie Händler-Apps, Geofencing, eigene digitale Coupons und Mehrwertdienste, usw. ebenso eine zentrale Rolle wie den Kundenbedürfnissen durch echte Mehrwert-Services wie Same-Day-Delivery in regionalen Netzwerken, etc. gerecht zu werden. Heute gibt es auch für kleine bis mittlere Handelsunternehmen passgenaue Lösungen. Viel Spaß daher nun mit dieser neuen Inspiration!

*Auszug aus Netzwerk Südbaden –
www.netzwerk-suedbaden.de*



TOBIAS BOBKA
Dipl.-Betriebswirt (DH)

BOBKAS BUCH



“Was Unternehmer und Unternehmen erfolgreich macht – die Kolumnen“.