

29. Handelsforum

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Achim Fringes

Vis-a-vis, Bochum

Wenn Sie Ihr Geschäft, Büro etc. das nächste Mal betreten, erleben Sie es ganz bewusst mit allen Sinnen:

Schließen Sie die Augen und riechen Sie ganz bewusst, danach hören Sie ganz bewusst - immer Konzentration auf einen Sinn.

Schauen Sie, wie Farben und Gestalt Ihrer Umwelt auf Sie wirken.

Achten Sie nicht auf Zweckmäßigkeit, sondern auf Ihr Gefühl.

Es gibt keine hässlichen oder schönen Geschäfte - nur passende oder nicht passende.

Das bedeutet, was ich mache muss im Kontext stehen.

Also passt, wie ich handle und wie ich mich mit meinem Unternehmen darstelle, zu meiner Umwelt und zu mir?

Elmar Fedderke

Fa. Walgenbach, Düsseldorf

Begegnen Sie Trends und Empfehlungen ohne Hysterie und Aktionismus. Wer alles mitmacht verliert die Bodenhaftung. Aber machen Sie was! Internet ist keine Frage des ob, sondern des wie.

Ihre Schritte in die Online-Welt dürfen keine Flucht vor Problemen in der Offline-Welt sein.

Die Basis muss funktionieren, sondern verzettelt man sich.

Einkaufen vor Ort ist mehr als der Tausch von Waren gegen Geld. Machen Sie Ihren Kunden das greif- und begreifbar.

Füllen Sie die Gleichung Produkt + Mensch = Preis mit Inhalt. Das kann das Internet nicht.

Dr. Eva Stüber

IfH, Köln

Schauen Sie sich an, zu welchen Kaufanlässen Kunden Ihr Geschäft im Allgemeinen aufsuchen und wie Sie sich verhalten: Welche Bedürfnisse sind mit einem Kauf verknüpft?

Prüfen Sie kritisch welche Services Sie Ihren Kunden anbieten und wie:

Sind diese verständlich? Sind sie auffindbar? Bieten sie Mehrwerte?

Matthias Lips

Arvato Systems, Gütersloh

Gehen Sie morgen früh ins Büro und lassen Sie sich zeigen, welche Informationen Sie wirklich über Ihre Kunden haben. Schauen Sie, wie gut Sie Ihre Kunden wirklich kennen.

Fragen Sie Ihre Produktmanager bzw. Einkäufer, auf welche Zielgruppen Ihre Produkte wirklich abzielen sollen.

Machen Sie vielleicht einen gemeinsamen Workshop, (gerne auch mit Arvato Systems aus Bielefeld), um gemeinsam zu evaluieren, welches Potential gegeben ist und wie das Thema „Relevanzserhöhung“ angegangen werden kann.

29. Handelsforum

Caroline Kratzsch Körpernah, Berlin

Sehen Sie Ihre Mitbewerber nicht als Konkurrenz, sondern schließen Sie sich mit Ihnen zusammen, stärken Sie sich gegenseitig und überlegen Sie gemeinsame Aktion und Maßnahmen.

Betreiben Sie Networking. In jeder Hinsicht. Es gibt unzählige Möglichkeiten, kostengünstiges Marketing zu betreiben.

Sie brauchen keinen online-Shop. Aber Sie müssen online sichtbar sein!

Sophie Spethmann Barbara Frères Digital, Düsseldorf

Lerne Deinen Kunden richtig kennen - geh raus, sprich mit ihm, erfahre, wer/was wirklich Dein Wettbewerb ist.

Sprich mit Deinem Kunden dort (also auf den Kanälen), wo er mit Dir sprechen will.

Stelle Dein Geschäftsmodell konstant in Frage. Aber bedenke, dass die Digitalisierung viele Optionen der Geschäftsmodell-Erweiterung bietet - ein Onlineshop ist aber nicht für jeden Händler die richtige Lösung.

Melanie und Johannes Gieselmann www.rosegoldandmarble.de, Bielefeld

Recherchieren Sie Blogger im Vorfeld einer Kooperation so gut Sie können. Denn Sie werden bei einer Zusammenarbeit Kontrolle abgeben und Vertrauen schenken müssen.

Klären Sie die Bedingungen ausführlich und schriftlich (vorher!) und halten Sie sich grundsätzlich und ohne Ausnahme an gesetzliche Vorgaben UND an die Richtlinien der jeweiligen Plattform (Google, Facebook, Instagram...).

Sandra Harms und Michael Latz ECE Hamburg/Loom Bielefeld

„1000 geöffnete Geschäfte für Sie!“

Lassen Sie uns - wie am Beispiel Essen erfolgreich gezeigt - gemeinsam an einem Strang ziehen!

Fokussieren wir uns gemeinsam auf Beratung und Erlebnis-Shopping, um uns vom Online-Handel abzugrenzen!