



Experten-Slot Digitale Verkaufsförderung

DIVA powered by Crystal Design GmbH

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von [DIVA powered by Crystal Design GmbH](#) zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung der Autorin [Barbara Vianden](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Crystal Design GmbH

Expertenbeitrag: Menschen informieren sich heute online über ihren Möbelkauf

Die neue Transparenz im Internet, das geänderte Konsumverhalten und Lieferketten-Problematiken stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen.

Donnerstag, 03.11.2022

Ohne der Umsetzung einer klaren digitalen Strategie

- werden Sie im Markt nicht mehr gefunden
- werden Sie meist nur über den Preis, nicht über Ihre USP's verkauft
- sinkt die Rentabilität
- verlieren Sie Marktanteile und fallen gegenüber der Konkurrenz zurück

Einfach Prospekte oder Zeitungsbeilagen versenden und auf die Reaktion der potenziellen Kunden warten, um sie dann im persönlichem Gespräch für sich zug gewinnen, das gute alte Push-Marketing genügt ehute nicht mehr. Das Internet hat die altbekannten Spielregeln der Kundengewinnung entscheidend verändert: Statt wie früher auf eine Werbung zu reagieren, bestimmen die Kunden heute selbst, wann sie sich über Anbieter oder Produkte informieren wollen, auf ihren bevorzugten Kanälen, zumeist im Internet.

Wird ein Angebot oder die gewünschte Information im Internet nicht gefunden, ist dies schnell aus dem Radar des Kunden verschwunden.

Wurden früher beim Möbelkauf im Schnitt 5 Möbelhäuser frequentiert, sind es heute weniger als 2 Besuche.

Es kommt vor allem darauf an, die im Gegensatz zu früher heute sehr zahlreichen Kontaktpunkte zum Kunden wirklich perfekt zu nutzen. Schließlich sollte jeder Touchpoint – wie der Kontaktpunkt zwischen Kunde und Anbieter heute heisst – dem Kunden signalisieren: "Wir lösen Dein Problem und sind jederzeit für Dich da."

Die beste Basis dafür eine Interaktion über viele Kanäle der Customer Journey, bei der die Firmenwebsite als Dreh- und Angelpunkt dient.

Menschen informieren sich heute online über ihren Möbelkauf

Links

- [DIVA-Portal](#)