



Experten-Slot Marketing- & Kommunikations-Strategien

Nimo Consulting

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von [Nimo Consulting](#) zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung der Autorin [Sabine Nimo](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Nimo Consulting

Expertenbeitrag: Back To The Roots

Dienstag, 14.02.2023

Experten Beitrag



Umsatz generieren - Das Geld ist da - man muss es nur aufheben!

Umsätze sind je nach Branche schwankend. Viele Unternehmer klagen über das Sinken von Orderschnitt und Abschlussqualität. Dieser Herausforderung treten Händler mit noch mehr Nachlässen entgegen und treffen auch damit nicht den Punkt des Problems.

Die Lösung des Problems liegt in einen anderen Bereich. Am Anfang gilt es nach wie vor, den Kunden, der zu uns in den stationären Handel kommt, bestmöglich zu bedienen, sodass der Abschluss zustande kommen kann. Und ich spreche hier tatsächlich von „bedienen“ - jemandem einen Dienst zu erweisen. Das hört sich altmodisch an? Gern kontere ich hierzu mit einer Frage: Warum soll der Kunde denn zu Ihnen kommen und nicht den oftmals bequemeren Weg über das Netz nehmen? Dienen - bedienen heißt, kompetent und interessiert mit dem Interessenten umzugehen. Jeder Kunde, der den stationären Handel betritt, ist Gold wert, denn er könnte so viele Artikel, mit denen wir handeln, auch online, recht einfach von zuhause aus bestellen. Sprich, jeder Besucher, nein Kunde, bietet uns eine Chance. Ich freue mich auf diese Chancen auf zwei Beinen!

Neben dieser GrundsatzEinstellung ist die Verkaufstechnik genauso wichtig. Wenn wir dann als Kunde auf Verkaufspersonal stoßen, welches sich in der Ware nicht nur auskennt, sondern diese auch noch begeistert präsentiert, dann rückt der Abschluss in fassbare Nähe. All das sollte natürlich selbstverständlich sein, nur leider wird diese Situation nicht so häufig erlebt. Verkaufsorientiertes Verhalten wird beim Verkaufspersonal grundsätzlich vorausgesetzt. „Herr Müller ist schon so lange bei uns, der kennt sich aus.“ Schaut man sich die Umsätze von Herr Müller in ihrer Zusammensetzung an, ist oft festzustellen, dass Herr Müller gern immer das gleiche verkauft und die Kalkulation lässt auch oft zu wünschen übrig. Kommt Ihnen das bekannt vor? Nur weil jemand lange etwas macht, heißt es nicht automatisch, dass er es gut macht.

Unterstützen Sie Ihr Verkaufspersonal, ganz klassisch, durch Standards im Verkauf. Damit definieren Sie Ihre Dienstleistungsqualität, die für den Umsatz benötigt wird. Schaffen Sie Klarheit, wie und wann der Kunde angesprochen werden soll und wie das Gespräch gehalten werden kann? Eine saubere Bedarfsermittlung, mit ermitteltem Budget und dem für den Kunden wichtigsten Parametern an seiner neuen Ware, gibt die Richtschnur für eine gute Beratung und einen Abschluss. Wenn dann aus den Interessenten durch die Begeisterung für die Ware und das persönliche Interesse des Verkaufspersonals, Kunden werden, können wir genügend Emotion für den Abschluss erzeugen. Der Preis soll nicht der Trigger, der Auslöser für den Abschluss sein, sondern das „haben wollen“. Viele Punkte, wie Storytelling und Argumentationstechniken sind gleichwohl sehr unterstützend, jedoch sollte in erster Linie das Interesse am Menschen, am Kunden da sein. Dies ist nicht nur der Einstieg, sondern der rote Faden im Gespräch.

Das Fazit für Umsatz im Handel ist ergo recht einfach und doch selten klar definiert. Schaffe Klarheit in der Aufgabe des Verkaufs - definiere Standards - unterstütze zur Umsetzung und Sorge für Nachhaltigkeit durch machbare Zielsetzung.

Erfolg ist nicht etwas, was einfach und von allein passiert.

Back To The Roots

Links

- [Nimo Consulting](#)