



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: Gefangen im Netz!

Das Internet macht den stationären Verkauf sinnlos

Mittwoch, 03.11.2021

So, oder so ähnlich denken einige Verkäufer und Einrichtungsberater deutschlandweit.

Der Kunde kaufe eh nur den Preis, alles andere sei fast einerlei. Der Verkauf im stationären Handel

rentiert sich nicht mehr. Die Zeit nach der Pandemie wird uns den Rest geben. Auf den Verkäufer wird seitens des Kunden keinen Wert gelegt, informieren kann man sich online viel besser und unverbindlicher. Die Aussagen, warum es für einige kaum noch einen Ausweg zu geben scheint, ließen sich endlos fortführen.

Doch wie ist es wirklich?

Richtig ist, dass sich das Verkaufen, oder, besser gesagt, der Umgang mit dem Kunden gewandelt hat. Und ich spreche hier nicht vom Customer Journey, sondern vom tatsächlichen Umgang mit dem Kunden. Wurde doch früher, in den 70er/80er Jahren der „Harte Hund“ im Verkauf gepriesen. Ihm war der Kunde schlicht egal, ein Über-den-Tisch-Ziehen war häufig die Regel. Das Wort „Mondpreise“ ward geboren und der Handel hatte sich seinen Negativ-Touch erkämpft. Dieses Vorgehens wurde der Kunde bald überdrüssig und belohnte den Händler mit Misstrauen, ja oft Missgunst. Mit der Zeit und der sich ändernden Ladenschlusszeiten, wurde der Shopping-Tourismus geboren. Der Kunde entzog sich dem Druck durch mehr Vergleiche, diese musste er sich allerdings im wahrsten Sinne des Wortes, erlaufen. Verkäufer entwickelten sich zum Berater, einige vergaßen darüber allerdings das Verkaufen. Nur eine gute Beratung erzeugt weder beim Kunden noch beim Verkäufer ein Erfolgserlebnis.

Und in der heutigen Zeit? Es zieht viele ins Netz, weg von der Kommunikation, der Auseinandersetzung mit dem Verkaufspersonal und dies mit einem breiten Erfahrungsbereich, von fast positiv bis oft negativ. Die Auswahl scheint übermächtig zu sein und erschlägt die Suchenden oftmals. Und doch mag das Internet in einigen Bereichen vielen einen Schritt voraus sein.

Es wird im Netz beraten - hin zu kompletten Käufen!

Ob es [outfittery.de](https://www.outfittery.de) ist oder [Home 24.de](https://www.home24.de), dem Endkunden werden komplette Lösungen präsentiert. Anzüge, Hemden, sowie Gürteln und den passenderen Schuhen, selbst die Underware wird mit angeboten. Was bietet der stationäre Handel? Schuhe in der einen Abteilung oder sogar den Verweis zum Fachgeschäft. Hemden und Anzüge als komplettes Angebot, wohl kaum denkbar, und für Socken gehen Sie bitte in die entsprechende Abteilung.

Im Bereich Möbel ist es ähnlich. Willst du deine Wohnung einrichten, dann kauf dir einen Wanderstock und kämpfe dich durch Abteilungen und Häuser. Willst du gar Dekoration dazu, dann bitte sei selbst kreativ. Dir muss es doch gefallen!

So fühlt sich manch ein Kunde einfach überfordert und greift eher zur Tastatur, um sich eine Grundlage für seine Entscheidungen zu suchen. Um Vorschläge zu finden, bei denen der ganze Raum aufeinander abgestimmt ist. Viele TV Sendungen geben ihm Anleitung und Anregung. Der Start ward in Deutschland mit der Sendung „Haus im Glück“ gemacht, gefolgt von vielen Home Makeover Shows aus USA, sogenannte House Flippig Shows. Doch was bieten viele Einrichtungshäuser in Deutschland? Wohnkojen, die sich ähneln, Farben, immer schön auf Konsum abgestimmt. Wo bleiben die Ideen und Innovationen? Wer verbindet, auch für Otto Normalverbraucher, die Couch mit „Schöner Wohnen“? Den Gedanken vom Einzelkauf der Couch hin zu Wohnkonzept für den ganzen Raum.

Zum Beispiel: Sie wollen das Sideboard mit ins moderne Wohnzimmer integrieren? Prima, fragen Sie uns, worauf Sie achten sollten. Mit wie vielen Leuchten erzeugen Sie die gewünschte Stimmung in Ihrer Wohnung? Wir unterstützen Sie mit Rat und Tat. Der goldene Schnitt ist für Sie kein Fremdwort? Toll, wir arbeiten damit, aber keine Angst vor zu viel Infos, wir zeigen was wir planen um ihr Zuhause zu Ihrem wirklichen zu Hause werden zu lassen.

Genau dazu haben bei Nimo Consulting den **Wohnkonzepter** entwickelt. Die Fortbildung für Einrichtungsberater und Führungskräfte, die mit der Zeit gehen wollen und den Kunden mit seinen Bedürfnissen abholen wollen. Frische Ideen zur Raumgestaltung durch die Arbeit mit einem Farbplan, fast wie ein Innenarchitekt. Mit dem Thema "der Raum" und vor allen Dingen der Lichtgestaltung, bringen wir nicht nur den goldenen Schnitt zum Leuchten. Eingebettet in dieses Programm unterstützen wir den Verkäufer in seiner Rhetorik, Stopp!! keine Kampf Rhetorik, sondern in seinem Auftritt und Wirkung. Wir formen seine Marke, sodass er mit dem Kunden den Weg des Wohnens neu beschreitet. Die Verkaufskommunikation in allen Bereichen, bis zum Abschluss und auch im Bereich der Preisverteidigung und der Einwandbehandlung sind gleichwertig mit im Paket. Ein Paket für den Bereich Wohnen, sowie für den Bereich Küchen, mit den besonderen Schwerpunkten.

Was treibt uns an, das zu tun?

Der stationäre Handel hat so viel zu bieten und kann den Kunden auf dem Punkt unterstützen. Warum soll er das Feld den Online-Riesen überlassen? Können nur die ganz großen auch zu Hause beraten? Die Kernkompetenz des Möbelhandels ist schon lange nicht mehr das: „Aufs Auge drücken“, was weg muss, sondern hier wird fundiert beraten und gut gearbeitet.

Geben Sie Ihren Verkäufern den Spass am Beraten und am Verkaufen zurück. Der Wohnkonzepter rückt Ihre Kernkompetenz in den Vordergrund und zeigt in Richtung Erfolg, da wo andere

schwächeln. Warum bin ich von dieser Idee so begeistert? Meine Kunden haben einen fundierten und wachsenden Erfolg damit, das ist es was mich antreibt.

Ihre Sabine Nimo

Gefangen im Netz!

Links

- [Nimo Consulting](#)