

Es läuft?

Dann erst recht!

Die Hochsaison mit Frühjahr, Feiertagen und dem Beet & Balkon-Geschäft steht vor der Tür. – Super, wird schon laufen! Da haben wir genug zu tun, Neues kommt da erst mal nicht ins Haus. Das machen wir wieder, wenn es nicht läuft. – Häufige Sätze aus dem Beratungsalltag. Gut, so kann man es machen. Aber gerade, wenn der Kunde da ist, lässt sich oft leicht noch einer draufsetzen. Der Ansatz, schwache Zeiten mit Aktionen zu verbessern, ist gut. Noch besser ist aber, auch in der Saison Zeichen zu setzen! Gerade weil der Kunde da ist und Bedarf hat! Wer jetzt überzeugend Lösungen bringt, gewinnt doppelt: Umsatz und Kunden, auch wieder für die schwachen Zeiten.

Also gerade weil es läuft, sollten Sie jetzt auch noch den Pflanzservice anbieten, perfekt beraten und eine zweite Kasse für den Spitzenbedarf einrichten. So macht es zum Beispiel auch das Markenvorbild Apple. Zu Weihnachten gibt es eine „Expresß-Linie“, wo direkt und schnell gekauft werden kann. Beratungen laufen weiter wie gehabt. Und man ist nicht nur zufrieden mit den guten Umsätzen vor Weihnachten, sondern weitet den Service noch aus. Analog könnte das für Sie heißen: Eine kleine Kasse für alle Kunden einrichten, die Fertigsträuße, eine Schale oder ein B&B-Stämmchen zum Muttertag wollen. Diese Kunden brauchen nicht warten und die anderen haben kein schlechtes Gewissen, denn sie werden ebenfalls konzentriert bedient! Der Effekt: „Schnell wieder raus“ ist ein toller Service für entschlossene Kunden in Eile. Außerdem entlasten

Sie das Straußbinden, weil der Vorteil für das Fertigprodukt (kein Warten!) so viel größer ausfällt.

Wenn die Sonne scheint, müssen Sie am Ball sein, auf den Punkt genau. Ob es nun in Ihren Plan passt oder nicht! Oft höre ich: „Die Umsätze im April und Mai sind so hoch, da wird mir angst und bange.“ Ja stimmt, wer April und Mai verliert, hat oft das Jahr verloren. Umso mehr gilt es jetzt, aus dem Vollen zu schöpfen, keine Chance auszulassen und flexibel und mit vollem Elan die Hochsaison zu begehen, auch wenn das manchmal an die Grenze des Machbaren reicht. Es ist viel leichter, einen Kunden im Laden von Zusatzkäufen und Hochpreisigem zu überzeugen, wenn er Bedarf hat! Diesen Bedarf decken und zusätzlichen wecken, das ist die Kunst in der Saison. Wann waren Sie zum letzten Mal bei Ikea und haben nur das gekauft, was Sie wirklich brauchten? Die Kunden lieben Saison und Events, das wird immer mehr zelebriert. Machen Sie mit, seien Sie der Mittelpunkt und angesagt. Mittdrin, statt nur dabei, gilt nicht nur im Fernsehen.

Und nehmen Sie es sportlich: Wer als erster 20 Flaschen B&B-Dünger verkauft hat, bekommt einen Gutschein und es gibt Eis für alle! Übrigens sind die Eiskäufer wirklich „Leidensgenossen“ in Sachen Saison! Und die stellen auch noch zehn Tische raus, wenn die Sonne scheint! Ich habe jedenfalls noch keinen Eisalon gesehen, der bei Regen die Preise senkt ...

„Wer im April und Mai verliert, hat oft das Jahr verloren.“

Rupert Fey mit der Unternehmensberatung beyond-flora ist Vermarktungsexperte für den grünen Markt. Schwerpunkte sind Vermarktung, Organisation und Strategieentwicklung. Kunden und Projekte kommen aus Gartenbau, Handel und der Zulieferindustrie.

Kontakt: info@beyond-flora.com, www.beyond-flora.com



Foto: privat