

# Hilfe, Hilfe ... der Sommer kommt

Jetzt geht er bald wieder los, Ferien, warme Tage und nichts los auf der Straße. Und im Laden? Meist auch wenig! „Meine Güte“ entfuhr es mir bei einem Besuch im Sommer bei einem befreundeten Geschäftsinhaber, „bei euch steht ja gar nichts vor der Tür“. Die Antwort, es wäre ja auch nichts los, ist zwar richtig, aber damit ist vorprogrammiert, dass absolut nichts mehr los ist. Einfach weil es schon von außen total uninteressant aussieht. Zugegeben: Ich bin ein großer Verfechter von richtigen Mengen und dass auch mal Ware ausgeht, ist völlig okay – schon aus wirtschaftlichen Erwägungen. Wenn aber ein Geschäft leer und unattraktiv aussieht, dann ist wirklich auch aus Kundensicht „nix mehr los“. Dabei gibt es doch so tolle Möglichkeiten, auch im Sommer mit wenig Ware Optik zu zaubern. Stauden, Gladiolen, Sommerschnitt, Gräser ... Auch der Kunde sucht nun „Halbbares“. Warum also nicht ein „Wir lieben Wärme“ in die entsprechenden Schnittblumen stecken und gezielt auf die fachkundige Auswahl für die warme Zeit hinweisen?

Der Mix macht es und nehmen Sie die Kundenbrille mit, keiner hat den besseren Kontakt zum Kunden. Achten Sie auf die richtigen Verkaufspreise, fragen Sie sich nicht: „Wie schön finden mein Team und ich den Artikel?“ Fragen Sie sich lieber: „Was ist das beste Angebot für diese Zeit, wenn der Kunde ein Geschenk, Mitbringsel oder etwas zum Nachpflanzen braucht?“

Also nicht verzagen, regelmäßig kleine Mengen kau-

fen, Halbbares in den Vordergrund stellen und immer wieder die Präsentation drehen, also neu arrangieren. Und wenn Sie damit nur den Mitbewerber ärgern, auch gut! Nein, im Ernst, es geht darum, dass der Kunde jedes Mal, wenn er vorbeikommt einen Anreiz zum Stöbern hat und einfach mal kurz hereinkommen mag und dann auch etwas findet! Viele Innenstädte sind voll von Menschen im Sommer, Schlussverkauf und Eisdielen bringen Leute in die Stadt. Klar, die wollen oft keine Blumen kaufen, aber vielleicht erinnern sie sich im Herbst an den pfiffigen Laden mit der tollen Auswahl? Und das sind Sie doch, oder?

Häufig geht mit dem „Eh nichts los“-Virus noch der „Erst zu den Gedenktagen verdiene ich wieder Geld“-Satz einher. Das ist sehr ansteckend, überträgt sich sofort auf alle Mitarbeiter und führt zu enormer Antriebslosigkeit!

Denken Sie dabei an Ihren Lieblingsitaliener, der sich im Hochsommer über jeden Gast freut und erst richtig aufblüht, wenn er etwas mehr Zeit für den Gast hat. Genauso sollten Sie Ihren Kunden sehen: Fragen Sie, wie alles gewachsen ist bei dem schwierigen Wetter, ob er schon im Urlaub war und und und. Das trägt mehr zur Kundenbindung bei als Kugelschreiber, Einkaufsstüten und Co. In diesem Sinne: Einen tollen Sommer!

*„Nutzen Sie die Sommerflaute auch für den Urlaub, aber wenn Sie da sind, dann bitte mit Leib und Seele.“*

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