

Woher der Wind weht...?

Draußen!

Januar ist Saure-Gurken-Zeit! Vor allem, wenn der Winter kommt und die Rechnungen der Versicherungen und andere schöne Schreiben ins Haus flattern. Da geht die Aufbruchsstimmung nach Neujahr im Geschäft und Privat leicht den Bach runter. Aber den Kopf in den Sand stecken oder eben am Schreibtisch hocken, ist auch keine Lösung! Gerade im Januar und Februar gibt es zahlreiche Messen, Seminare und Vorträge zum Auffrischen, die immer gut sind für eine Prise Innovation.

Ich schlage Ihnen aber noch eine ganz andere Variante vor, zum Auffrischen: Fahren Sie in eine größere Stadt, vielleicht zu zweit, und schauen Sie sich mal als Kunden einen ganzen Tag Mitbewerber, andere Ladenkonzepte, Bewerbung in Geschäften und alles was dazu gehört an. Was gefällt Ihnen, wo sind Ihre Kunden in anderen Branchen, was kaufen Sie dort? Welchen Service bieten andere an? Gibt es Treuesysteme, die nicht nerven? Oder fragen Sie sich auch an der Stelle, was nervt Sie generell bei den Besuchen? Machen Sie mit dem Handy ein paar Fotos – zur Gedankenstütze (vorer natürlich fragen!). Und so kommen Sie sicher voller Ideen zurück. Machen Sie ganz bewusst mal zwei bis drei Besuche in Läden, in denen Sie NIE selber einkaufen würden, selbst wenn Sie sich dort nicht wohlfühlen oder dort nicht gesehen werden wollen. Egal ob es KIK, Hugo Boss oder ein Baumarkt ist. Denn: Auch wenn Sie dort keine Ideen finden, so dient das Kontrastpro-

gramm doch der Definition der eigenen Stärken und des Profils.

Ganz sicher finden Sie im Januar aber auch Ideen, wie andere im Einzelhandel mit der „flauen Zeit“ umgehen und ob Sie es schlicht akzeptieren oder mit welcher Kundenansprache Sie trotzdem die Kauflust wecken. Oft werde ich gefragt: „Was bringt das eigentlich, mehr Kunden kommen damit doch auch nicht?“ Wenn ich so denke, dass im Grunde alles richtig läuft und es keine Möglichkeit zur Verbesserung gibt, dann ist diese Frage wirklich mit „Nein“ zu beantworten. Meine Erfahrung ist aber, dass die wirklich guten und innovativen Betriebe und ihre Inhaber fast permanent Vergleiche ziehen, Verbesserungen probieren und immer beweglich auf dem Markt agieren. Es gilt immer wieder an Angebot/Service/Sortiment und der Kundenansprache zu feilen, um schneller als der Markt und vorne dabei zu sein. Das ist manchmal beschwerlich, kann aber auch viel Freude und Bestätigung bringen, wenn Neues Erfolg bringt. Eins stimmt auch für 2015: „Es ist nicht gesagt, dass es besser wird, wenn es anders wird. Wenn es aber werden soll, muss es anders werden.“ (Zitat Christoph Lichtenberg)

In diesem Sinne „weg vom Schreibtisch“ und vielleicht sehen wir unterwegs, zum Beispiel auf einer der Messen im neuen Jahr.

„Machen Sie ganz bewusst mal zwei bis drei Besuche in Läden, in denen Sie NIE selber einkaufen würden.“

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