

# Was sieht der Kunde wirklich von mir?

In meinen langen Jahren als Einkäufer habe ich unglaublich viele Gärtner, Händler und Einzelhändler besucht. Mein Namensgedächtnis ist schwach, aber vergangene Woche war ich wieder unterwegs und wusste: „Hier war ich schon mal!“ Ein Hund kam damals beim Aussteigen angeschossen, mehrere Container mit Reklamationsware und ein gelber Gießschlauch quer über dem Hof. Jetzt war allerdings alles anders. Aufgeräumt und akkurat, die Inhaberin kam auf mich zu und das Gespräch hatte sofort einen positiven Lauf.

In unseren Strategietagen mit Kunden ist ein Check der Außendarstellung elementar! Es geht darum, was der Kunde von mir ganz zu Anfang wahrnimmt. Jeder weiß: Der erste Eindruck zählt. Aber kaum einer checkt seine Erscheinung täglich.

Neben der ganz persönlichen, eigenen und authentischen „Erscheinung“ sind es der Eingangsbereich und die Außenansicht, die zählen. Wie oft sehe ich CC-Container lieblos in der Innenstadt oder mit Folie auf dem Parkplatz. Oder eine Sommerbepflanzung vor dem Gartencenter, während die Herbstflyer mit der Heide schon vor Wochen verteilt wurden. Es geht also nicht nur um die gute Darstellung, sondern auch um die richtige. Wer dem Kunden draußen zeigt, dass die Sommerpflanzen noch super aussehen, braucht sich drinnen nicht über den mangelnden Herbst- und Winterumsatz wundern!

Zur Außendarstellung gehören aber auch die Internetseite, saubere Firmenfahrzeuge und Formulare.

Alles zahlt ein oder hebt ab von dem Imagekonto des Betriebes. Es muss nicht alles neu sein, aber funktional und sauber. Das setzt mehr Akzente als der Kalender zum Jahreswechsel oder eine teure Kaffeemaschine im Pausenraum.

Zum eigenen Check vor Ort gebe ich den folgenden Tipp: Nehmen Sie ein bis zwei Mitarbeiter, ziehen Sie die Jacken an und verkünden Sie, das es nun zum Einkaufen geht. Auf der Straße drehen Sie um, sagen „Lasst uns Blumen kaufen“ und betreten Sie mit freiem Kopf und Einkaufswagen das eigene Geschäft, betont auf Blumensuche.

Sie werden sich wundern, wo Dreck ist, wo Preisschilder fehlen oder etwas trocken ist. Vielleicht auch, dass keine Öffnungszeiten sichtbar sind oder vielleicht auch wo Sie über den Schlauch stolpern, wie ich im Beispiel.

Entscheidend ist, dass Sie Ihr Geschäft als Kunde wahrnehmen, nicht als Besitzer, der noch die Krankmeldung verarbeiten muss, zwei Anfragen bearbeitet und zeitgleich die Adventswerbung plant.

Wenn Sie zum Beispiel in der Objektbegrünung oder Eventfloristik tätig sind, bekommt Ihr Kunde oft nur die Webseite, Ihre Lieferfahrzeuge und natürlich Ihr Team zu sehen. Saubere PKWs, eine gute Webpräsenz, passende Mitarbeiterbekleidung und wertiges Briefpapier machen hier den Unterschied! Und so unterstreichen Sie Ihren Anspruch an die Qualität.

*„Jeder weiß: Der erste Eindruck zählt. Aber kaum einer checkt seine Erscheinung täglich.“*

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](mailto:info@beyond-flora.com) 🌐 [www.beyond-flora.com](http://www.beyond-flora.com)



Foto: privat