

# Zielgruppen und ihre Bedürfnisse



Foto: privat

*„Mein Tipp ist also, sich genau die Zielgruppen und ihre Bedürfnisse anzuschauen.“*

*Rupert Fey, beyond-flora*

O-Ton meines Kunden: „Diese Produkte kann man nicht verkaufen, da gibt es keine Kunden für! Ich mache das weiter, was gut läuft...“ Kann funktionieren, muss es aber nicht. Mir fällt derzeit häufiger auf, dass die Nerven doch nach den aufreibenden Monaten dünn sind. Und ich habe volles Verständnis. Auch wir haben im Team viele Wochen nur Feuer gelöscht und kaum Rechnungen geschrieben. Aber dann haben wir uns einen Ruck gegeben. Nicht zurück zum alten Normal, sondern in Richtung der neuen Realität. Die für unseren Beratungsalltag einfach viel digitaler sein und auch andere Produkte und anderen Service bringen wird.

Was haben Sie davon, und wie komme ich darauf? Der Knackpunkt ist: Der Kunde ändert sich, und er braucht Anderes. Und er wünscht es anders dargeboten. Und oft kommen sogar ganz andere Kunden. Das gilt in der Beratung, aber auch im Einzelhandel und der Floristik. Und dem kommen wir am besten auf die Spur, indem wir genau schauen, wer kommt zu uns und wer nicht? Und was erwartet er, was kennt er, und was vermeidet er?

Mein Tipp ist also, sich genau die Zielgruppen und ihre Bedürfnisse anzuschauen. Es ist häufig so, dass neue Kunden nicht kommen, weil sie sich im Geschäft oder dem Betrieb einfach nicht willkommen fühlen. Die Inhaber reagieren dann oft mit „Sehen Sie, diese Kunden kaufen sowieso nichts“ – doch, tun sie. Ich wage sogar die These, dass sie oft „leichter führbar“ durch Sortimente und Jahreszeiten sind. Derzeit kaufen sie bei Ikea und vielen anderen Konzepten, die vertraut sind – meist sogar ohne Beratung.

Es ist also nicht nur das fehlende Sortiment, sondern auch die Optik, die Präsentation und das Image des Händlers. Natürlich könnte der Kunde auch fragen. Da er aber Hemmungen hat und seine Unwissenheit nicht zeigen möchte, fragt er immer häufiger nicht. Und ist so verloren, obwohl der Artikel vielleicht sogar da gewesen wäre.

Gerade diese Zeit wirbelt viel in der Handelslandschaft um. Viele sind auf der Suche nach neuen Quellen für ihre Ware und neuen Service. Wer sich jetzt auf das zurückzieht, was immer schon funktioniert hat, verpasst viele neue Chancen, Absatzwege und Kunden. Und diese Ansätze können entscheidend für die nächsten Monate und Jahre werden.

Als also der Dampf raus war beim oben genannten Kunden und die Juniorchefin ein paar Beispiele ihrer Freundinnen hatte, ging es bergauf. Mit neuem Design, neuen Werkstücken und mehr Umsatz. Und dann sagt mein Kunde beim nächsten Mal: „Ich bin einfach mal zur Seite gegangen, damit die Kunden reinkommen können.“

Ihre **Meinung** ist gefragt!

Wie reagieren Sie derzeit? Kehren Sie zum alten Normalen zurück oder stellen Sie sich der neuen Realität? Wir freuen uns über Ihre Meinung:

✉ [andrea.eggert@haymarket.de](mailto:andrea.eggert@haymarket.de)

🌐 [gundv.de](http://gundv.de)

📘 [facebook.com/gestaltenundverkaufen](https://facebook.com/gestaltenundverkaufen)