

„Gießmuffel“ statt Umtopfaktion

Auf der IPM habe ich es wieder gesehen, Hunderte Floristen in bester Laune in der Halle 1A bestaunen und bewerten die aktuellen Trends der Saison – aber im eigenen Laden? Was ändert sich da? Einfach (zu) wenig. Wir brauchen mehr junge und alte Wilde, die ihre Kreativität in der gesamten Unternehmensführung ausleben. Warum machen viele jeden Tag die verrücktesten Gebinde, aber nicht mal eine verrückte Aktion? Es gibt zu wenig Kollegen, die 1000 Tulpen (EK vielleicht 300 Euro) am ersten schönen Frühlingstag mit einer kleinen Visitenkarte in ihrer Einkaufsstraße verschenken. Zu teuer? Vielleicht – aber es macht garantiert mehr Spaß und Sinn als eine Anzeige im Wochenblatt.

Wie kann es sein, dass es bei Douglas eine Typberatung gibt, aber keine im Fachgeschäft? Da gibt es Geschäfte mit allen Zutaten und Rezepten zum Kochen auf einen Blick, aber die Beetpflanzen stehen immer noch nach Schatten/Sonne oder (noch schlimmer) nach Liefertag? Ja, warum eigentlich? Könnte man doch auch fünf Versionen „mit frechen Namen“ vorbereiten und einen Endpreis kalkulieren, inklusive Gefäß! Zum Beispiel mit „Gießmuffel“, „Sonnenanbeter“, „Hängepartie“ und so weiter. Es gibt so viele Möglichkeiten, lenken Sie Ihre Kreativität doch auch mal in diese Bereiche!

Ein weiteres großes Feld ist der Service rund um den Kunden. Machen Sie eine Express-Linie für den Valentinstag mit Fertigsträußen oder bieten Sie einen Wettbewerb mit den tollsten Liebesschwüren auf einer Kreidetafel (Sie können ja schon welche draufschieben, das baut die Hemmungen bei Kunden ab.) oder eine „Glückwunschkarte gratis ab soundsoviel Euro“. Oder als Aktion „Strauß in zehn Minuten – oder umsonst!“ Vielleicht sogar in fünf Minuten. Selbst wenn Sie es nicht schaffen, die meisten werden trotzdem zahlen wollen! Wie wär's mit „Willkommen in der Stadt“? Wer ins Neubaugebiet zieht, bekommt eine kostenfreie Gartenberatung. Oder, oder, oder ... Nur bitte keine „Orchideen-Umtopfaktion“, das reißt nun wirklich keinen mehr vom Hocker.

Wenn Sie jetzt erste Ideen haben, nehmen Sie die Beste und starten Sie. Es zählt nicht die Anzahl Ihrer Ideen, nur die Zahl der verwirklichten. Und machen Sie es richtig gut, mit vollem Elan. Oder mögen Sie Angebote mit Kleingedrucktem, die dann gar keine Angebote mehr sind? Wenn Sie dann noch tolle Sträuße machen, wer soll Sie oder vielmehr die Kunden dann noch aufhalten.

„Wenn Sie erste Ideen haben, nehmen Sie die Beste und starten Sie. Es zählt nicht die Anzahl Ihrer Ideen, nur die Zahl der verwirklichten.“

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

