

WIE MAN KUNDEN LANGFRISTIG BINDET

Trotz positiver Aussichten für den Uhren- und Schmuckmarkt in Deutschland, muss der Fachhandel mit wachsender Konkurrenz aus dem Netz rechnen. Der Unternehmensberater Walter Lehmkuhler hat dafür Strategien entwickelt.

„Laut den Branchenreports können wir ein stabiles jährliches Wachstum erwarten“, sagt Walter Lehmkuhler. „Allemaal ein Grund zur Freude und Aufbruchsstimmung. Jedoch gehört zur Wahrheit auch: 30 Prozent des Umsatzes werden bereits heute online erwirtschaftet, mittel- bis langfristig sollen es um die 50 Prozent sein.“ Zwar gehöre ein Webauftritt heute zum Standard, aber es gebe wenige echte Online-Matadore unter Deutschlands Juwelieren. Lehmkuhler: „Die Skepsis ist nachvollziehbar, da mit E-Commerce oft fehlende Kundenloyalität sowie unnötige Kosten verbunden werden. Doch eine starke Website sowie das Betreiben von digitalem Marketing sind unumgänglich und bringen jedem Juwelier die Möglichkeit, digitale Relevanz aufzubauen und somit neue Zielgruppen zu erschließen sowie mit seinen Kunden regelmäßiger in Kontakt zu treten.“

Zwar wird sich ein Teil der Umsätze vom stationären in den Online-Handel verschieben, allerdings scheiden damit auch Marktteilnehmer im stationären Handel aus. Vor Ort sinkt der Konkurrenzdruck, mit den digitalen Vertriebswegen wächst der Wettbewerb hingegen. „Das macht deutlich, wie wichtig es ist, nachhaltige Verkaufsprozesse zu pflegen“, schlussfolgert Lehmkuhler. „Es geht darum, sowohl im persönlichen Kontakt als auch online Kundentreue zu erzeugen.“ Gerade im digitalen Zeitalter ergeben sich für den Fachhändler zahlreiche Möglichkeiten, über Website, Social-Media-Auftritte und Newsletter potenzielle Käufer zu erreichen, das eigene Profil und die Firmenphilosophie zu kommunizieren. Auch hier können Emotionen erzeugt werden, die Kunden binden.



„Es geht darum, sowohl im persönlichen Kontakt als auch online Kundentreue zu erzeugen.“

Walter Lehmkuhler

Walter Lehmkuhler hat gemeinsam mit Verkaufcoaches ein erfolgsorientiertes Programm entwickelt, welches die individuellen Umstände der einzelnen Teilnehmer sowie deren Beziehungen untereinander berücksichtigt und somit ein verkaufsförderndes Umfeld kreiert. Juweliere konnten mit diesem Konzept jährliche Umsatzsteigerungen von 30 Prozent und mehr erreichen. Durch die Steigerung der Kundentreue und bessere Abschlussquoten brauchen sich die so geschulten Juweliere auch keine Sorgen mehr um die wachsende Konkurrenz im Netz zu machen.

→ www.lehmkuehler-consulting.de