

BILDEN SIE COMMUNITIES!



Walter Lehmkuhler ist Spezialist für die erfolgreiche Neuausrichtung von Juwelieren. Dabei empfiehlt der Berater, die digitalen Werkzeuge zur Bildung von Gruppen Gleichgesinnter zu nutzen.

„Was bindet mehr zusammen als eine Gemeinschaft Gleichgesinnter?“, fragt Walter Lehmkuhler und gibt gleich die Antwort: „Es gibt wohl keine stärkere Kraft in der Gesellschaft als eine Gruppe, die ähnliche Ziele verfolgt und gleichartig tickt. Diesen Community-Aspekt sollte der Juwelier und Goldschmied nutzen, um neue Käufer anzusprechen und vorhandene Kunden zu pflegen. Das Internet und die sozialen Medien bieten den idealen Werkzeugkasten, um eine starke Fan-Basis für das Geschäft aufzubauen.“

Laut dem Unternehmensberater ist die Grundlage dafür die gleichzeitige Bespielung aller

Kanäle mit persönlichem Content mit einer Verlinkung zur Webseite beziehungsweise zum Internet-Shop. Dabei muss das Profil des Fachhändlers mit seinem speziellen Sortiment und seinem Image deutlich herausgearbeitet werden, denn die Zielgruppe muss sich von dem Angebot auch angesprochen fühlen. Wichtig ist die SEO-Optimierung der Webseite, damit man bei der Google-Suche unter den entsprechenden Begriffen gefunden wird. „Aufgrund der sinkenden Frequenzen in den Innenstädten hat die Bedeutung des digitalen Schaufensters noch zugenommen. Flaniert wird zuerst online, bevor Kunden gezielt das Geschäft aufsuchen. Das Internet ist die neue Fußgängerzone“, ist Lehmkuhler überzeugt. Daher sei es laut dem Marketingexperten sinnvoll, sich mit Einzelhändlern, Gastronomen und anderen Anbietern vor Ort zu vernetzen, damit Kaufwillige einen Einkaufstrip mit verschiedenen Stationen planen können. Einkaufen soll schließlich Spaß machen und Erlebnisse generieren. Häufig gibt es bereits solche Netzwerke in den Städten, die mit gemeinsamen Aktionen wie Gutscheinen für Leben in den Lauflagen sorgen.

Zudem bieten sich zahlreiche Möglichkeiten an, um die Zielgruppe konkret anzusprechen und ins Geschäft zu ziehen, zum Beispiel WhatsApp-Einladungen oder persönliche Mailings. Ein wichtiges Instrument zur Community-Bildung sind Events. Lehmkuhler: „Ob Handwerksvorführungen, Markenpräsentationen, Themenabende zu bestimmten Sortimentsbereichen wie Perlen, Diamanten, Farbsteinen oder das gemeinsame Trauerringschmieden – es gibt so

„Den Community-Aspekt sollte der Juwelier und Goldschmied nutzen, um neue Käufer anzusprechen und vorhandene Kunden zu pflegen.“

Walter Lehmkuhler, Geschäftsführer

viele Möglichkeiten, Menschen zusammenzuführen und aus den digitalen Kontakten persönliche Bindungen und Netzwerke aufzubauen.“ Ideal ist es, wenn der Juwelier eine ordentlich geführte Kundendatei hat, um möglichst themenaffine Gleichgesinnte zusammenzubringen, die sich auch privat verstehen würden. „Die Selektion von bestimmten Zielgruppen nach ihren Interessen und ihren Profilen ist ideal für den nachhaltigen Community-Aufbau.“

Im Laden muss man dann die Versprechungen einlösen können, durch exzellenten Service, eine entsprechende Sortimentsbreite und -tiefe gemäß dem Profil und freundliche, kompetente Mitarbeiter, die mit Begeisterung versuchen, das Beste für ihre Kunden zu ermöglichen.

→ www.lehmkuehler-consulting.de

FAKTEN

Seit Mitte der 1990er-Jahre beschäftigt sich der Goldschmiedemeister und Kaufmann Walter Lehmkuhler mit der Beratung von Juwelieren und Goldschmieden. Ob Verkaufcoachings der Mitarbeiter, strategisches Marketing auf allen Kanälen oder die komplette Neuausrichtung des Geschäfts: Das kompetente Beraterteam unterstützt Juweliere mit im Haus entwickelten Konzepten, neuen Ideen sowie maßgeschneiderten Lösungen, die auf langjähriger Erfahrung, intensiver Marktforschung und zielführenden Innovationen beruhen. Viele Juweliere hat Walter Lehmkuhler bereits erfolgreich für die Zukunft neu aufgestellt und ihnen so eine Perspektive gegeben.

Foto: Volker Renner