



Bernd Schüßler
Unternehmensberater,
Freiburg

BERNDS WOCHENTIPPS

Praktische Ideen für den Ladenalltag

Wie geht man mit „Absahnern“ um und wie generiert man Mehrverkäufe? Ratschläge vom Ladenberater

Die Absahner

Grundsätzlich ist jeder willkommen

Ob Gratis-Gutschein oder Verkostung – wenn es was umsonst gibt, sind sie sofort da: die Absahner. Das geht gar nicht! Oder? Man sollte das betriebswirtschaftlich sehen. Einen neuen Stammkunden zu gewinnen, kostet vom Marketingaufwand gesehen,

„Mancher, der einen Coupon einlöst, wird nicht selbst Kunde, erzählt aber anderen vom Laden.“

meist einen zweistelligen Betrag. Genauso, wie nur ein Bruchteil der Zeitungsläser wegen einer Anzeige in einen Laden geht, man aber als Anzeigenkunde für die Werbung in der Gesamtauflage bezahlen muss, werden auch nur wenige derjenigen, die einen Gratis-Gutschein einlösen oder sich am Verkostungsstand bedienen, zu echten Stammkunden. Ich hab aller-

dings auch schon oft beobachtet: Mancher, der einen Coupon einlöst, wird – aus welchen Gründen auch immer – nicht selbst Kunde, erzählt aber anderen von dem Laden, die dann in den Laden kommen. Und mancher, der sich mal am Verkostungsstand durchfuttert, schiebt einige Tage später einen vollen Einkaufswagen aus dem Laden. Grundsätzlich sehe ich jeden, der den Weg in den Bioladen findet, als willkommenen Menschen an.

Sonderangebote I Verkauf im Set oder drei für zwei

Sonderangebote sind ein interessantes Mittel, um Kunden dazu zu bewegen, ein bestimmtes Produkt auszuprobieren oder auch ganz allgemein, um Mehrverkäufe zu erzielen. Statt der temporären Reduktion des Verkaufspreises, gibt es weitere interessante Varianten. Zwei davon möchte ich vorstellen.

1. Verkauf im Set
Statt den Preis pro Stück zu reduzieren, einfach im Set anbieten: zum Beispiel zwei Mal Kokosöl zum Aktionspreis anbieten. Am besten auch direkt den finanziellen Nutzen für den Kunden dazuschreiben: „10 Prozent gespart“.



2. Drei zum Preis von zwei

Wenn der Kunde sich drei Sorten eines Produktes frei aussuchen kann, beschäftigt er sich mit dem Sortiment. Gut geeignet sind dafür zum Beispiel Fruchtojoghurt oder 100 Gramm Schokolade, sofern alle Sorten dieselben Preise haben.

Wichtig ist dabei immer, viel Ware zu präsentieren. Idealerweise werden diese Produkte in vollen Körben oder auf andere Art präsentiert, die dem Kunden signalisiert: Wir haben hiervon ganz viel, du kannst gerne zugreifen.

Sonderangebote II Nur Masse verkauft Masse

Sie haben regelmäßig Sonderangebote? Dann wollen Sie sicherlich von diesen Produkten auch eine besonders hohe

Stückzahl verkaufen. Damit das funktioniert, sollten Sie eine Grundregel beachten: Nur Masse verkauft Masse. Wenn Sie nur zwei oder drei Päckchen Tee auf den Tisch mit den Sonderangeboten legen, ist eher nicht zu erwarten, dass der Kunde zwei davon kauft. Doch wenn Sie einen ganzen Korb mit dem Tee füllen, sieht das schon anders aus: Bei diesen paradiesischen Zuständen des Überflusses greift man als Kunde doch gerne mal gut zu.

Es ist dabei nicht notwendig und auch nicht unbedingt sinnvoll, von allen aktuellen Sonderangeboten volle Körbe und große Stapel zu präsentieren. Wählen Sie einfach einige Artikel aus, am besten solche mit langem MHD und solche, die in Sachen Positionierung am besten zu Ihrem Laden passen. ◀

▶▶▶ MEHR IM NETZ

Einen Wochentipp von Ladenberater Bernd Schüßler lesen Sie jeden Montag auf biohandel-online.de und bio-markt.info