



Die perfekte

Website

lockt
Käufer

in Ihren Laden!



Die perfekte Website lockt Käufer in Ihren Laden!

von Alois Gmeiner

Sie besitzen einen Laden und haben noch keine Website? Sie bieten keine Informationsmöglichkeit über Ihr Geschäft und Ihre Produkte im Internet?

Dann lassen Sie sich eine wertvolle Möglichkeit entgehen, wie Sie Kunden in Ihr Geschäft locken können!

Es ist unbestritten:

Das Internet hat das Kaufverhalten verändert.

Bereits im Jahr 2002 wird laut der Studie „Vorteile einer Multi-Channel-Strategie: Eine nüchterne Betrachtung“ vom Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln festgestellt: „Bei fast 30 Prozent aller Internet-Käufe haben sich die Kunden vorher beim stationären Handel in dessen Ladengeschäften informiert und orientiert. Umgekehrt haben die Internet-Nutzer bei ebenfalls knapp 30 Prozent ihrer Ladeneinkäufe vorab Erkundungen im Internet eingeholt.“ (Quelle: <http://idw-online.de/pages/en/news48677>)

Die Studie stellte die Frage: Lohnt es sich für einen Unternehmer, eine Kombination von Ladengeschäft und Internet anzubieten? Haben Multi-Channel-Anbieter – also jene Unternehmen, die Vertriebskanäle miteinander kombinieren – Vorteile

gegenüber jenen Unternehmen, die nur einen Vertriebskanal – also nur Internet oder nur Ladengeschäft – anbieten?

Das Ergebnis der Studie lautet: Ja, Multi-Channel-Anbieter haben leichte Vorteile gegenüber One-Channel-Anbietern. Daraus folgt:

Kombinieren Sie Internet und Ladengeschäft als Vertriebswege!

Viele Interessenten informieren sich im Internet über das bestehende Angebot. Sie suchen nach Geheimtipps, nach Läden, die genau das führen, was sie sich wünschen. Und dann bestellen diese Interessenten nicht unbedingt im Internet – denn viele Menschen möchten die edlen Stücke, die sie erwerben wollen, zuerst „in natura“ sehen. Sie wollen wissen, ob das Produkt ihren Vorstellungen entspricht und tatsächlich das hält, was die Online-Werbung verspricht.

Man will die Jacke erst mal anziehen um zu wissen, ob man sich darin wohlfühlt und ob sie passt. Man will sehen, ob die Farbe des Teppichs wirklich zur bestehenden Einrichtung passen könnte. Man will ausprobieren, ob das Gerät tatsächlich so kinderleicht zu bedienen ist, wie die Beschreibung verspricht. Man will auf dem Sofa sitzen und testen, ob man es gemütlich findet.

Erst wenn die Ware den Test in der Praxis bestanden hat, dann kauft man.

Kunden informieren sich heutzutage bequem zu Hause, indem sie das World Wide Web durchstöbern. Gemütlich und unabhängig von Ladenschlusszeiten.

Okay, das Internet ist bequem und man muss keine Ladenöffnungszeiten beachten. Es gibt aber noch einen Grund, warum sich immer mehr Menschen im Internet über das Angebot informieren bevor sie in den Läden stöbern: Weil sie bereits wissen, was sie wollen und mehr oder weniger genaue Vorstellungen davon haben, was sie kaufen wollen. Dann geht es nur noch darum herauszufinden:

Wo finde ich nun dieses ganz spezielle Produkt?

Und hier kommt Ihre Webpräsenz ins Spiel. Werden Sie gefunden? Schaffen Sie es mit Ihrem Webauftritt, die Interessenten zu animieren in Ihr Ladengeschäft zu kommen? Das bedeutet, Sie müssen Ihr Produkt gut präsentieren – natürlich. Und Sie müssen Ihre Adresse und einen Lageplan auf die Website stellen – bitte gut sichtbar und leicht zu finden, bloß nicht verstecken!

Ein einladendes Foto Ihres Ladens, Adresse und Anfahrtsplan – damit zeigen Sie den Interessenten: HIER finden Sie das, was Sie suchen!

Interessenten nutzen das Internet auch, um etwas Neues, Besonderes, Spezielles zu finden. Es soll etwas Exklusives sein, nicht das, was man in jedem Laden findet. Vor allem wenn Sie etwas Außergewöhnliches anbieten – Designerstücke, das gewisse Extra – dann, ja dann sollten Sie auf jeden Fall ein kreatives, ansprechendes und benutzerfreundliches Schaufenster im Internet haben! Ihr Webauftritt kann darüber entscheiden, ob der Kunde bei Ihnen kauft. Lassen Sie sich im Internet finden!

Eine funktionale und optisch ansprechende Website ist heute ein Muss.

Achten Sie dabei ebenfalls darauf, dass Sie sich kundenfreundlich und einladend präsentieren – damit nehmen Sie den Interessenten die Schwellenangst. Beachten Sie, dass die persönliche Beziehung viel häufiger über einen erfolgreichen Geschäftsabschluss entscheidet, als man gemeinhin annimmt!

Die persönliche Beziehung zum Kunden ist wichtig!

Im Internet heißt das: Bieten Sie Kontaktmöglichkeiten an. Am besten ist es, wenn Sie die Ansprechpartner namentlich nennen, vielleicht sogar mit Foto. Und bitte: Beantworten Sie Anfragen unbedingt! Und zwar freundlich und kompetent.

Im Ladengeschäft heißt das: Gestalten Sie ein Schaufenster, das einlädt. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Laden gesehen wird, mit Firmenschild, Reklametafel, usw. Schließlich sollen die Kunden Ihren Laden ja finden – und auch gerne hinein gehen. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Kunden freundliches und kompetentes Personal im Laden vorfinden.

Haben Sie Sorge, dass Interessenten in Ihren Laden kommen, sich kompetent von Ihnen beraten lassen – und dann nach Hause gehen und im Internet woanders kaufen anstatt bei Ihnen?

Keine Sorge – Mitbewerber und Konkurrenz gibt es seit eh und je!

Vorhin haben wir aufgezeigt, dass viele Interessenten zuerst im Internet Information einholen und mit den Vorinformationen dann in Ladengeschäfte gehen. Natürlich gibt es auch den umgekehrten Fall: Interessenten gehen in einen Laden, informieren sich dort und suchen dann das günstigste Angebot im Internet.

Das ist ein Grund mehr, warum Sie beide Vertriebswege im Angebot haben sollten. Auf diese Weise können Sie einen Mehrwert bieten, einen zusätzlichen Vorteil für die Kunden, die sowohl im Laden als auch im Internet kaufen können – und zwar bei Ihnen.

Im Internet suchen Interessenten vor allem nach Schnäppchen – es soll billiger sein als irgendwo anders. Doch das ist ohnehin eines der werbewirksamsten Argumente, egal ob online oder in Ihrem Laden:

ANGEBOT – SUPER GÜNSTIG – SCHNÄPPCHEN!

Die Gesetze von Werbung, Marketing, Verkauf gelten für beide Bereiche in gleicher Weise – ob online oder offline. Machen Sie nicht den Fehler hier große Unterschiede zu sehen.

Natürlich funktioniert das Internet anders als das Ladengeschäft, doch in beiden Welten es geht um dieselben Prinzipien.

Die Kunden möchten:

- ✓ sehen, was es an Angeboten und Produkten gibt,
- ✓ Informationen über Produkte bekommen und
- ✓ sie wollen ein günstiges Angebot haben.

Ob sie dies beim Surfen im Internet finden oder beim Schaufensterbummel in einer Einkaufsstraße – das ist nicht so wesentlich. Wichtig ist, dass der Interessent ein passendes Angebot findet.

In diesem Sinne:

Bieten Sie einen Vorteil für den Kunden – im Internet und in Ihrem Laden!

Eine Studie im Jahr 2007 hat gezeigt, dass ein einheitliches Auftreten online und offline wichtig ist, weil Kunden ihre Käuferfahrung aus dem Online-Shopping auf das Einkaufsverhalten im Laden übertragen: „Mit der wachsenden Zahl an Kanälen, über die der Kunde mit den Händlern interagieren kann – Einzelhandel, Online, Call Center, Kiosk, Sonderbestellungen, Fernsehen, mobil, etc. – steigen auch die Ansprüche der Konsumenten. Unabhängig davon, welchen und wie viele Kanäle sie als Kunde nutzen, erwarten sie ein einheitliches Einkaufserlebnis.“ (Quelle: <http://www.ffpress.net/Kunde/STC/PM/12588570/>)

Kunden sind anspruchsvoller geworden, keine Frage.

Wenn Sie als Anbieter darauf reagieren und entsprechende Lösungen anbieten, dann haben Sie die Nase vorne! Die eben genannte Studie im Jahr 2007 gibt auch Beispiele, wie Anbieter mit kundenbasierten Cross-Channel-Lösungen eine höhere Kundenloyalität erzielen können:

- ✓ Kommunikation ist der Schlüssel für Online-Käufer – 76 Prozent der Konsumenten betrachten die Benachrichtigung über Bestellung und Versand ihrer Produkte als sehr wichtig für ihr Einkaufserlebnis.
- ✓ Die Bereitstellung von Informationen über die Verfügbarkeit über alle Kanäle hinweg erhöht die Kundenzufriedenheit.

Obwohl Kunden anspruchsvoller geworden sind und vielfältigere Möglichkeiten haben sich zu informieren und einzukaufen – eines hat sich nicht verändert:

Der Mensch hat einen Hang zum Spontankauf!

Sie kennen es sicherlich: Wenn Sie ohne bestimmte Kaufabsicht in einen Laden gehen, dann kaufen Sie das, was Ihnen spontan gefällt. Daher sollten Sie sowohl in Ihrem Ladengeschäft als auch im Internet einige – super günstige! versteht sich – Schnäppchen führen, die Lust auf solcherart Spontankäufe machen. Achten Sie darauf, dass Sie hier – ganz im Sinn des einheitlichen Auftretens – keine Unterschiede (im Preis oder in der Qualität) zwischen Angeboten im Internet und im Laden machen.

Die Kunden werden es zu schätzen wissen!



GRATIS
ONLINE
WERBE-CHECK
DES WERBETHERAPEUTEN

unter:

<https://www.werbetherapeut.com/gratis-werbecheck>

**Der Werbetherapeut beantwortet Ihre Fragen "persönlich" und gibt
"individuelle" Tipps zu Marketing, Werbung PR**

**3 Minuten für
MEHR UMSATZ
NEUE KUNDEN
HÖHERE BEKANNTHEIT**

Sie werden staunen, was mit Low-Budget möglich ist!!!!

Machen Sie den Test - GLEICH JETZT

<https://www.werbetherapeut.com/gratis-werbecheck>