

21.02.2013

Überlebt der Einzelhandel das Internet?

Online-Handel bedroht den stationären Handel

“Der Online-Handel nimmt Dimensionen an, die der frühere Versandhandel über Kataloge nie hatte“, so Björn Ipsen von der Industrie- und Handelskammer des Landes.

Dies wird sichtbar, wenn man einmal betrachtet, dass nach einer Schätzung im vergangenen Jahr in Schleswig-Holstein erstmals mehr als eine Milliarde Euro im Online-Handel umgesetzt wurden.

Bundesweit stieg der Umsatz im Online-Handel 2012 um 27,5 Prozent im Vergleich zu 2011 auf 27,6 Milliarden Euro.

Die Einzelhändler müssen sich aber nicht ihrem Schicksal ergeben. Ganz im Gegenteil, sie haben gegenüber dem Online-Handel einen entscheidenden Vorteil: Das Personal. Das jedenfalls sagt Martin Säger, einer der TOP – Vortragsredner und Verkaufstrainer im deutschsprachigen Raum und seit über 19 Jahren im Einzelhandel tätig.

Web 2.0, social-media, Webshops, Portale, Plattformen, seit vielen Monaten sind das die Themen über die berichtet wird. Man bekommt beinahe den Eindruck, dass die ganze Welt nur noch digital und im Internet existiert. Bei genauerer Betrachtung muss man auch wirklich sagen, dass es einfach unendlich bequem ist, wenn man seine Bücher, Musik oder auch Möbel und beinahe alles andere, einfach im Netz bestellen kann und das auch noch zu jeder Tages- und Nachtzeit.

Die Goldgrube der kommenden Jahre liegt aber im Einzelhandel. Allerdings nur dann, wenn der klassische Handel bereit ist, von den Mechanismen der Online-Welt zu lernen. Das behauptet Martin Säger, mit voller Überzeugung, und sagt: “Die Einkaufserlebnisse, die man als Kunde heutzutage überwiegend hat, tragen nicht gerade dazu bei, weiterhin im Handel zu kaufen“. Dabei hat der Einzelhandel einen Vorteil, der vom Internet niemals aufgeholt werden kann. Der Kunde hat es mit Menschen zu tun. Das mag zuerst banal klingen, ist aber die absolut schärfste Waffe der Handelsunternehmen im Kampf gegen das Internet.

Nach wie vor ist einkaufen eine überwiegend emotionale Angelegenheit. Nur leider wird genau das häufig übersehen. "Viele Unternehmen sparen sich im Bereich Personal zu Tode, doch wer an seinen Mitarbeitern spart, der spart an dem wichtigsten Gut seines Unternehmens" so der Vertriebstrainer weiter. Der Ansatz um sein Unternehmen zu einer wahren Goldgrube zu machen ist also, seine Mitarbeiter zu befähigen, den Kunden so zu behandeln, dass dieser gar nicht im Internet kaufen möchte. Was bedeutet das in der Praxis? Die Verkäufer sollten nicht nur die Kompetenzen sondern auch die Befugnisse haben, Kunden zu begeistern. Dazu gehört fachliches Know-How genauso wie vertriebliches Können. Beides erlangt man nicht, indem man nur mal einen Artikel liest oder mal ein kurzes Training besucht, in beiden Fällen muss man jeden Tag üben und weiter trainieren. Genau hier sind die Führungskräfte in den Unternehmen gefordert. Die oberste Priorität muss sein, die Mitarbeiter in allen Bereichen in die Lage zu versetzen, mit den Kunden perfekt arbeiten zu können. Dabei ist es unerlässlich, dass die Chefs auch selbst in der Lage sind, so zu arbeiten.

Ein Beispiel, das Martin Sängler in seinen Vorträgen gerne erzählt ist aus einem Elektro-Fachmarkt. Heutzutage sind die modernen Fernseher in den Geschäften ja voller bunter Aufkleber, die alle darauf hindeuten sollen, was dieses Produkt kann. Das verwirrenden für Kunde sind oftmals die verwendeten Abkürzungen. Testen sie mal, was passiert, wenn sie nun einen Verkäufer fragen, was der Fernseher, vor dem sie gerade stehen, alles kann. In 9 von 10 Fällen liest ihnen der Verkäufer die bunten Schildchen vor. Wenn sie richtig Glück haben, erklärt er ihnen was sich dahinter verbirgt, meistens aber in einer Sprache, die wiederum voller Ausdrücke steckt, die ein Laie kaum versteht. "Bei diesem Modell haben sie den DVB-T und den DVB-S Tuner bereits integriert und mit dem connect-Modul können sie sofort alle Vorteile von SMART-TV nutzen" – Aha! Ist es denn da ein Wunder, wenn die Kunden anschließend nach Hause gehen und im Internet schauen, was sich hinter all diesen Abkürzungen und neuen Worten verbirgt?

Wer dieses Potenzial seiner Mitarbeiter erkennt und gezielt fördert, der wird als Händler deutlich die Nase vorn haben, weil der Kunde kaum noch die Notwendigkeit sieht, im Netz zu kaufen. Genau diese Unternehmen werden dann in den kommenden Jahren die Renaissance des Einzelhandels nicht nur einläuten sondern auch vorleben.

Vorträge, Trainings und Coachings zum Thema Vertrieb

SÄNGER Trainerteam GmbH
Nancy Saul
Schwestergasse 26b
84034 Landshut
office@saenger-trainerteam.de
087133020280

<http://www.martinsaenger.de>