

Der Kunde von heute und morgen fordert Mehrwert in Form von Ansprache und Beratung.



Foto: Messe Friedrichshafen

# Erfolgreiche Kundenorientierung

Die Kaufentscheidungen der Verbraucher sind unberechenbarer geworden. Darüber, was sie wirklich erwarten, wenn sie in das Zoofachgeschäft gehen, weiß Handelsberater und Trainer Hans Günther Lemke zu berichten.

Begriffe wie „Smart-Shopper“ oder „Rabattjäger“ werden oft im Zusammenhang mit dem Einkaufsverhalten der Verbraucher genannt. Dies hat in erster Linie mit schnelllebigen Trends zu tun: So ist das Umweltbewusstsein gestiegen und der Verbraucher ist generell kritischer geworden – was nicht zuletzt auch mit der besseren Aufklärung durch die Medien zu tun hat, wie auch mit Lebensmittelskandalen. Der Kunde von heute hat aber auch weniger Zeit zum Einkaufen, die Markentreue nimmt immer mehr ab und die Ein-Personen-Haushalte nehmen zu. Als weitere Faktoren zählen: Der Verbraucher will Erlebniseinkauf ohne Stress sowie mehr individuelle Beratung

statt Massenabfertigung. Im selben Zuge geben Menschen ab 50 mehr Geld aus für Konsumgüter. Und die Internetkäufe werden weiter zunehmen, der Kunde wird immer besser mit den entsprechenden Technologien umgehen können. Das heißt, die Unternehmen müssen eine professionelle Homepage betreiben. Das erwartet der Kunde auch von kleineren Betrieben.

## Fünf Grundorientierungen

Zusammenfassend kann dieses Konsumentenverhalten entsprechend charakterisiert werden:

**1** Erlebnis- und Fun-Orientierung wirkt sich heute nicht nur auf die Urlaubs- und Freizeitge-

staltungen der Verbraucher aus. Sie bringt auch neue Verknüpfungen von Einkaufen und Unterhaltung (Entertainment) mit sich.

Anzeige

Ist aschearmes Geflügelfleisch besser für einen Hund?

[belcando.de/faq5](http://belcando.de/faq5)



BELCANDO

**2** Convenience-Orientierung ist als eine gesellschaftliche Grundströmung zu begreifen. Dazu gehört das Streben der Frau von heute nach Vereinbarkeit von Familie und beruflicher Karriere – „schnell und gut“ lautet das Motto.

**3** Markenorientierung heißt auch, Vertrauen in die Qualität eines Produkts. Dazu gehört

## Kontakt



Hans-Günther  
Lemke,  
Training für  
Führung  
und Verkauf

Telefon 0 57 06/95 55 48  
Internet [www.lemke-training.de](http://www.lemke-training.de)

auch das Streben nach einer gesunden Lebensführung sowie bei der jüngeren Generation ein ausgeprägtes Markenbewusstsein.



**4** Preis-Orientierung, die sich auch im Wachstum der Discounter zeigt, resultiert aus ökonomischen Zwängen und/oder rückläufigen Einkommen. Sie drückt auch aus, dass der Kunde von heute cleverer und aufgeklärter ist, häufig auch als „Smart-Shopper“ bezeichnet wird. In den Medien wird er auch als „Rabattjäger“ genannt. So machen sich Verbraucher ein Vergnügen daraus, in Geschäften auszuprobieren, wie weit sie mit ihren Forderungen und Einwänden gegenüber dem regulären Preis kommen.

**5** Die Öko- und Bio-Orientierung hat durch Skandale erheblich gelitten, trotzdem ist der positive Trend unaufhaltsam. Der Ver-

braucher ist bereit, für einen gewissen Mehrwert auch mehr zu bezahlen – dies ist meist an der Qualität zu messen.

**Freundlichkeit ist Trumpf**

Jeder, der heute im Verkauf beschäftigt ist, sollte eine Grundfreundlichkeit haben. Es gehört aber noch mehr dazu: Achten



Foto: Fressnapf Österreich

Sie darauf, wenn jemand das Geschäft betritt, diesen auch sofort zu begrüßen. Die ersten Sekunden sind, insbesondere bei Erstkunden, entscheidend für den weiteren Verkauf. Gehen

Sie auf den Kunden zu, halten Sie jedoch eine angemessene Distanz. Aufräumarbeiten und Warenpflege sind nachrangig, wenn Kunden eintreten. Telefonieren in Anwesenheit des Kunden ist zu unterlassen. Falls notwendig, sollte der anwesende Kunde gefragt werden, ob es okay ist. Des Weiteren müssen die wich-

**Freundlichkeit und direkte Ansprache sind der erste Schritt zum erfolgreichen Verkauf.**

tigsten Kommunikationsregeln, wie zum Beispiel aktives Zuhören, korrekte Ansprache, der Einsatz von Fragen im Verkaufsgespräch, immer wieder geschult werden. ■



*Die Marke für Ihren Erfolg.*



**Werden Sie TACKENBERG Partner!**

Profitieren auch Sie von dem wachsenden Markt der natürlichen Ernährung für Hunde und Katzen. Besuchen Sie uns auf [www.tackenberg.de](http://www.tackenberg.de) oder lassen Sie sich beraten unter **04131-2988 200**.



*Natürlich gesund - seit 1974*