

pet Oktober 2021

Trends erkennen und nutzen



Von Hans Günter Lemke

Das Wissen über Kundenverhalten sowie Trends kann Zusatzumsätze generieren und die Kundenbindung erhöhen.

Verkaufstrainer Hans-Günter Lemke hat Tipps für den Handel.

Wir unterscheiden bei den Konsumententypen fünf verschiedene Grundausrichtungen, die im Einkaufsverhalten zu erkennen sind: Der „Convenience“-Kunde legt Wert auf schnelles Einkaufen, Übersichtlichkeit im Geschäft und deutliche Erkennbarkeit bei Aktionen und Preisen.

„Der „Marken“-Kunde legt besonderen Wert auf Markenartikel für sein Tier und der Preis spielt nicht die entscheidende Rolle. Der „Preisorientierte“-Kunde schaut mehr nach Schnäppchen und Aktionspreisen, achtet aber auch darauf, dass ein Preis- Leistungsverhältnis stimmig ist. Der „BioÖkologische“-Kunde legt besonders Wert auf gesunde Artikel und ist meistens gut informiert über das, was er kaufen will. Zu guter Letzt gibt es den „Erlebnis“-Kunden. Das heißt nichts Anderes, als dass der Kunde mehr beim Einkauf erleben will. Besondere Kunden

Es gibt immer mehr ältere Menschen, bereits heute sind rund 20 Prozent der Menschen über 65 Jahre alt. Das heißt für den Händler auch, sich auf diese Zielgruppe einzustellen. Viele der älteren Menschen haben auch ein Haustier, vor allem, wenn sie allein leben.

Circa 40 Prozent sind alleinstehend und geben mehr für die Gesundheit und für ihr Tier aus. Die Zahl der ausländischen Mitbürger in Deutschland nimmt zu, die oft auch andere Ansprüche oder Gewohnheiten im Einkauf haben.

Die jungen Kunden bis 21 Jahre haben heutzutage mehr Geld zur freien Verfügung, als noch vor zehn Jahren. Hier gilt es, Sortimente für Kleinartikel (Snacks

usw.) aufzurüsten, da junge Leute oft mit einem Tier im Haushalt leben und Kleinartikel (bis 5,- Euro) und Leckerlis kaufen.

Trends kommen und bleiben

Nicht zuletzt durch die Coronakrise hat sich einiges verändert. Hier ist an erster Stelle der steigende Internetumsatz zu bemerken. Im Jahre 2020 erzielte das Onlinegeschäft in Deutschland einen Umsatz mit Waren in Höhe von rund 83,3 Mrd. Euro, was im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg von fast 15 Prozent ausmacht. Positiv für den Zoofachhandel ist, dass der Umsatz mit Heimtierbedarf in Deutschland in den vergangenen stetig angestiegen ist. Auch wenn der stationäre Handel weiterleben wird, ist es für den Zoofachhändler notwendig, sich auf Online-Trends einzustellen um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Eine gute und kundenfreundliche Homepage ist unerlässlich.

Das so genannte Event-Shopping ist ein Trend, der auch eine gute Möglichkeit für Zusatzumsätze ist. Begriffe wie „Black Friday“, „Cyber Monday“ oder „Singles- Day“ sind schon in vielen Köpfen der Kunden verankert. Hier kann der Handel Besonderes bieten, was das Internet nicht leisten kann.

Auch das Bezahlen „im Vorbeigehen“ wird immer beliebter und wichtiger. Spätestens mit ApplePay und Amazon-Go ist das Bezahlen ohne Bargeld oder Karte zum Trend geworden, ganz gleich ob mit App oder Fingerabdruck.

Ein Dauerbrenner ist das Thema Nachhaltigkeit. Dazu gehört auch unverpackt einzukaufen sowie Informationen über die Herkunft von Produkten, ihrer Herstellung, Plastikvermeidung usw. – ganz bestimmt ein bleibender Trend.

Stichwort Individualität. Immer mehr Kunden legen Wert auf Individualität in der Beratung und beim Einkaufen. Sie möchten das Gefühl haben, dass man sich besonders für sie interessiert. Konsumsättigung und der Drang nach Individualität verlangen nach Angeboten, die verführen. Auch muss sich der moderne Händler verstärkt mit den Sozialen Medien auseinandersetzen. Das dient dem eigenen Firmenimage und seit Corona haben sich nicht mehr nur junge Menschen mit den Internetmedien beschäftigt. Aber auch die Rolle der Mitarbeiter verändert sich und wird entscheidender für den Verkaufserfolg. Der Händler muss seine Mitarbeiter mit der richtigen Ausbildung und den richtigen Werkzeugen unterstützen, damit sie Markenbotschafter werden können. Eine positive Erfahrung mit den Mitarbeitern schafft ein besseres Kundenerlebnis mit höheren Umsätzen, mehr Wiederholungsbesuche und mehr positive Werbung für das Geschäft.

Zu diesem Thema und weiteren Verkaufsthemen, bietet Hans Günter Lemke auch monatliche Webinare an. Infos unter: www.lemke-training.de