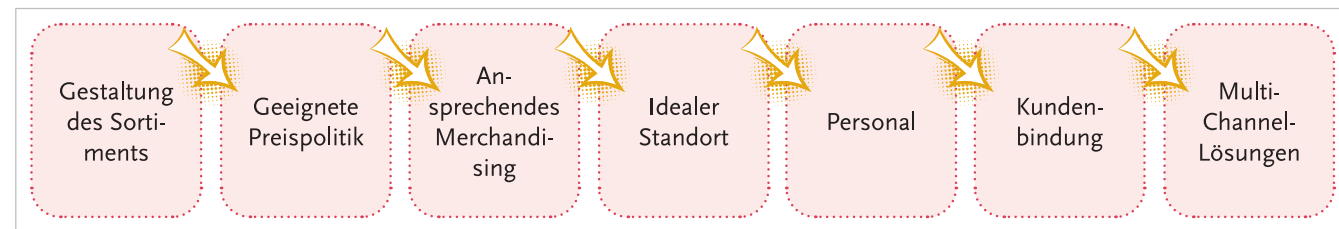


4 Erfolgsfaktoren im Handel

Diskutieren Sie in der Klasse, wie ein Verkäufer gegenüber Kunden auftreten muss, damit sich diese wohlfühlen und auch etwas kaufen.

Die Mitarbeiter/innen der FUSSL Modestraße tragen wesentlich zum Erfolg des Unternehmens bei: „Die Basis für den Erfolg sind das gute Betriebsklima und die hohe Mitarbeitermotivation. Neue Mitarbeiter/innen werden möglichst aus der Umgebung gesucht. Viel Zeit wird in die Aus- und Weiterbildung investiert, um Qualität und Kompetenz bei der Beratung zu gewährleisten.“

Wo man auch hinschaut – ob in der digitalen oder in der analogen Welt – jeder möchte etwas verkaufen. Der Handel blüht, doch die Konkurrenz ist groß. Damit ein Handelsbetrieb erfolgreich ist, sind folgende **Erfolgsfaktoren** besonders wichtig:



4.1 Gestaltung des Sortiments

Das Sortiment beeinflusst den Umsatz und den Gewinn eines Handelsbetriebes maßgeblich.

DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN
Handelsbetriebe müssen entscheiden, welche **Sortimentsbreite** und **-tiefe** sie wählen. Wichtig ist, das Sortiment regelmäßig an die Anforderungen des Marktes anzupassen. So kann etwa eine Sortimentserweiterung oder eine Sortimentsvertiefung erforderlich sein.

Beispiel
Eine Eisdiele hat ein tiefes Sortiment, da viele verschiedene Eissorten angeboten werden. Das Sortiment kann erweitert werden, wenn auch Frozen Yogurt, Waffeln oder Palatschinken angeboten werden. Das erhöht die Sortimentsbreite.



Aha!
Das Sortiment eines Handelsbetriebes umfasst einerseits **Herstellermarken** und andererseits **Handelsmarken** (Eigenmarken).

Details zur Sortimentsgestaltung haben Sie bereits im Kapitel „IV Marketing“ kennengelernt.

Nennen Sie je zwei Beispiele für Herstellermarken und Handelsmarken.

4.2 Geeignete Preispolitik

Jedes Produkt hat seinen Preis. Dieser wird durch **Angebot** und **Nachfrage** bestimmt. Handelsbetriebe müssen eine geeignete Preispolitik finden, denn diese bestimmt oft über Erfolg- und Misserfolg eines Unternehmens.

Durch das Anbieten von **Rabatten** auf diese Produkte oder **spezielle Angebote** werden Kunden dazu ermutigt, mehrere Artikel zu kaufen und somit den Umsatz zu erhöhen.

Details zur Preispolitik, haben Sie bereits im Kapitel „IV Marketing“ kennengelernt.

4.3 Ansprechendes Merchandising

Durch den verstärkten Wettbewerb genügt es oft nicht mehr, nur über ein interessant gestaltetes Schaufenster bzw. einen nett dekorierten Verkaufsraum zu verfügen. Die Kunden müssen zum Kauf begeistert und motiviert werden. Der gesamte Einkauf muss zu einem **Erlebnis** werden.

DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN
Unter **Merchandising** ist der **ganzheitliche Auftritt eines Handelsbetriebes** zu verstehen. Ziel ist es die Produkte ansprechend und effektiv zu präsentieren.

Bei der Umsetzung eines ansprechenden Merchandisings helfen u. a. folgende Punkte:

Ladenarchitektur (Einrichtung, Bodenbelag etc.)

- Holz ist ein beliebtes Material im Ladenbau.
- Bodenbeläge, Wandverkleidungen in Kombination mit Pflanzen, Lounge-Möbeln und Kunstgegenständen sorgen für Wohnlichkeit.

Farben

Farben sind besonders eng mit Gefühlen und Stimmungen verbunden. Bestimmte Farben erzeugen Wohlbefinden, machen gute Laune etc.

Regalplatzierung

Welche Produkte in welchen Regalen und in welchen Mengen platziert werden, beeinflusst unser Kaufverhalten.



Produktpräsentation

Kreative Produktpräsentationen sprechen unsere Emotionen an und beeinflussen den Kauf, z. B. in Form von Dekorationen zu bestimmten Zeiten des Jahres (Weihnachten, Ostern etc.).

Ansprechen der Sinne

Durchsagen, Düfte und Geschmack sowie die Möglichkeit Produkte anzufassen oder auszuprobieren, steigern den Kaufwunsch.

Licht und Musik

- Durch perfekte Beleuchtung soll das Produkt gut zu erkennen sein und gezielt in Szene gesetzt werden.
- Der Einsatz von Musik erzeugt eine angenehme Stimmung.



Gelingt es dem stationären Handel, seine Verkaufsräume optisch ansprechend zu gestalten, werden Kunden auch in Zeiten des Onlineshoppings gerne wiederkommen.

Ansprechendes Merchandising