

Was man tun kann, damit die Umsätze bis zum Ende einer Baustelle halten

Ob U-Bahn, Wasserrohre oder ein Straßenumbau - Staub und Lärm halten Kunden davon ab, in ihre Lieblingsgeschäfte einkaufen zu gehen. Oder doch nicht? Expertin Petra Rischko gibt Tipps, wie man Umsatzverlusten gegensteuern kann.

04.09.2019, 14:14



© WKW/KOLOKOLOW

Rainer Newald, WK Wien-Obmann in Mariahilf, Petra Rischko, Marketingexpertin, und Maria Böhm, WK Wien-Obfrau in Margareten.

„Verzweifeln, raunzen und den Kopf in den Sand stecken bringt niemanden weiter“, weiß Verkaufsprofi Petra Rischko aus langjähriger Erfahrung. Bei einer Veranstaltung von WKO im Bezirk für Unternehmer des sechsten und siebenten Bezirks gab sie Tipps, wie man trotz Baustelle seine Umsätze halten kann. Damit hob sie die Zuversicht der vom U-Bahn-Bau betroffenen Unternehmer. Denn deren besorgte Gesichter machten deutlich, dass die aktuelle Situation sie vor große Herausforderungen stellt.

Ressourcen mobilisieren

Es ist laut Rischko wichtig, unter schwierigen Bedingungen noch aktiver alle Möglichkeiten auszuloten, die einem als Geschäftstreibender zur Verfügung stehen, um mit der gegebenen Situation bestmöglich umzugehen.

„Am Ende des Tages werden sowohl die öffentliche Anbindung als auch die Parksituation dazu führen, dass die Geschäftsstraßen noch mehr Frequenz bekommen“

Doch wie übersteht man als Geschäftstreibender die lange Baustellenphase mit den unangenehmen Behinderungen für die Kunden? Rischko weiß Rat und stellt den Unternehmern bei einem weiteren Termin im September einige Möglichkeiten vor, wie sie ihren Geschäftsbetrieb trotz Baustelle optimieren können.

Tipps von der Expertin

- Auslage - Warenpräsentation - POS-Marketing: Hier gilt es, auf Sauberkeit zu achten und möglichst alle Sinne anzusprechen (Sehen, Hören, Greifen, Riechen).
- Begrüßung: Beim Eintreten des Kunden geht es darum, den Kundentyp rasch zu erkennen und ihn empathisch abzuholen.
- Musik im Geschäft kann eine angenehme Atmosphäre passend zur Dienstleistung oder dem Produkt erschaffen und so zum entspannten Verweilen im Geschäft motivieren.
- Nonverbale Kommunikation beachten: Dazu gehört u.a., Begeisterung für das Produkt oder die Dienstleistung zu zeigen, Produkte in ihrer Funktion vorzustellen, aber auch, dem Kunden ein freundliches und ehrliches Lächeln zu schenken.
- Kundenbedürfnisse beim Smalltalk errahnen und passende Lösungen anbieten.
- Ankündigungen: Mit Vorschauen weckt man die Neugierde auf das Kommende.
- Postwurf im Grätzel: Ist ein Klassiker, der aber Sinn macht, um auf sich und sein Waren- bzw. Leistungsangebot in unmittelbarer Umgebung aufmerksam zu machen.
- Ein Ausräumungsverkauf lässt jedes Schnäppchenjägerherz höher schlagen.
- Kundenbindungstools: Bei Kundenkarten, Bonussystemen und Wochenangeboten muss der Benefit für den Kunden im Vordergrund stehen.
- Ehrlichkeit ist unabdingbar, um Vertrauen zum Kunden aufzubauen.

Das könnte Sie auch interessieren



Aktivitäten in den Wiener Einkaufsstrassen im Oktober 2021

Wo tut sich was in Wien? Nähere Infos auf www.einkaufsstrassen.at > mehr



Aktivitäten in den Wiener Einkaufsstrassen im August 2021

Wo tut sich was in Wien? Nähere Infos auf www.einkaufsstrassen.at > mehr

