Neue Visionen für den „Point of Sale"

Bei den Umsätzen im Einzelhandel haben sich die Verhältnisse zwischen Verkauf im Geschäft und Verkauf via E-Commerce im Internet in den vergangenen Jahren rasant verändert. Der stationäre Einzelhandel hat an Boden verloren, Gewinner sind die Online-Shops.

Der Einzelhandel vor Ort kann zwar mit persönlicher Beratung, Ansprache, Service und einem stationären Einkaufserlebnis am „Point of Sale", also im Geschäft, punkten. Der Kunde entscheidet sich aber immer öfter für die Vielfalt, den Preis und die unmittelbare Verfügbarkeit per Mausklick beim Online-Shopping zu Hause. Dass sich jedoch beide Handelsvarianten nicht unvereinbar gegenüberstehen müssen, zeigen aktuelle Visionen zum „Point of Sale der Zukunft", bei dem der Mitarbeiter selbst zur Schaltzentrale wird. Einige Unternehmen aus dem Kreis Borken haben sich bereits intensiv damit beschäftigt.

Interaktiv können Mitarbeiter über vernetzte, audiovisuelle digitale Informationssysteme die Informationen selektieren und präsentieren, die die jeweilige Verkaufssituation gerade erfordern. Im Bereich der Mode kann das zum Beispiel eine virtuelle Outfitberatung sein. Je nachdem, welches Klientel sich gerade im Geschäft aufhält, können Inhalte für das Shoppingambiente über digitale Medien selektiert werden. Raumstimmung, atmosphärische Musik oder sogar Raumdüfte lassen sich per Mausklick auf das Alter und Geschlecht der potenziellen Käufer im Verkaufsraum abstimmen.

Zukunftsmusik? Nein! Schon in die Praxis im Einzelhandel umgesetzt? Viel zu wenig. Dieser Meinung ist zum Beispiel Johannes Büld, Vorstand der Videro AG mit Hauptsitz in Gronau. Er setzt sich seit 1996 für die Entwicklung visionärer Point-of-Sale-Ideen ein. Seine These: „Einkaufen muss wieder zu einem Aha-Erlebnis werden, um sinkende Umsätze auf klassischen Verkaufsflächen wieder in Wachstum umzuwandeln". Die Schlüsselrolle für den personalisierten und emotionalen Einsatz von digitalem Marketing am „Point of Sale" spielt seiner Meinung nach der Verkaufsmitarbeiter. Über Displays, Tablets, Bildschirme einseitig Informationen in den Verkaufsraum zu spielen, sei zwar ein zeitgemäßer Weg, bei dem jedoch noch zu viel Potenzial ungenutzt bleibt.

Selten zuvor war der Kunde im Einzelhandel so gut vorinformiert wie heute. Genau deshalb sollte der Verkaufsmitarbeiter wieder zum zentralen Verkaufsmultiplikator werden. Dafür hat Büld eine Software entwickelt, mit der Mitarbeiter den Verkauf ergänzend zur Produktpräsentation und Beratung im Verkaufsraum neu gestalten können. Ob mit Musik, Kampagnenbildern und Filmen, Aktionsmeldungen, Sortimentsübersichten, Touchscreen-Katalogen oder einem Ladenambiente mit Sound, Bild, Licht, Duft – über zentrale digitale Informationssysteme lassen sich neuartige Einkaufserlebnisse schaffen. Die Software des Gronauer Unternehmens ist in der Lage, sämtliche Daten, Informationen, Bilder, Filme und Töne aller Formate zusammenzuführen und neu gestaltet wieder abzuspielen. So bleibt der Verkäufer in der Kundenkommunikation aktiv, nicht reaktiv.

So oder so ähnlich erfinden sich weltweit Geschäfte neu. Videro hat daher zum Beispiel Niederlassungen in Kalifornien sowie Partner in Saudi-Arabien, Südamerika und Australien, um regional vor Ort zu sein. Generell findet Büld: „Der erfolgreiche ‚Point of Sale der Zukunft' ist keine Frage des Geldes oder der Unternehmensgröße". Aktuell setzen in der Region Lebensmittelhändler und Modeanbieter die Videro-Systeme ein. „Nur ein neues Shopping-Erlebnis wird das Kaufverhalten der Verbraucher nachhaltig verändern", ist Matthias Wehrs, Geschäftsführer Eckerle Herrenmode in Münster, überzeugt. Der Modeanbieter stellt in jeder Etage in seinen Café-Bars einen sogenannten Touch-Concierge zur Verfügung, mit dem Verkaufsberater ihre Kunden zu jedem Zeitpunkt beraten und mit Informationen versorgen können. Neben Produkt- und Unternehmensinformationen können Kunden über die zentral über den Marketing-Service gesteuerte Cloud automatisiert auch Infos über die jeweilige Stadt, Events und Restaurants abrufen.

Verkaufsmitarbeiter spielt Schlüsselrolle

Foto: Eckerle

Die besonderen Chancen beim Verkaufen hat auch Berthold Blesenkemper, Inhaber der Agentur M hoch 3 in Bocholt, erkannt. Als Partner des Unternehmens Videro hat er sich zum Ziel gesetzt, die Marketingidee des „Point of Sale der Zukunft" im Kreis Borken weiter mit verschiedenen Beratungs- und Servicedienstleistungen zu etablieren. „Die Anwendungsmöglichkeiten sind vielfältig. Die Erfahrungen aus Praxisbeispielen belegen, dass sich die Investitionskosten für Hard- und Software schnell amortisieren", betont Blesenkemper. Jedes Unternehmen, so seine Empfehlung, könne dabei seine ganz eigene Strategie umsetzen. Wie zum Beispiel der Haushaltswarenhändler Hungerkamp aus Bocholt. Nach der Einführung und Nutzung von Social Media und einem Web-Shop als virtuelles Schaufenster sollen im nächsten Schritt digitale Projektionsflächen in die Verkaufsräume einziehen. „Die ersten Erfahrungen und Ergebnisse, reale und virtuelle Verkaufswelten miteinander zu verknüpfen, stimmen uns sehr positiv. Wir stellen fest, dass mehr und insbesondere jüngere Kunden ins Geschäft kommen", freut sich Petra Hungerkamp, Chefin der Aloys Hungerkamp KG.

Auch Karin Eksen, Geschäftsführerin des Einzelhandelsverbandes Westfalen Münsterland, bewertet diese neuen Wege des digitalen Marketings als chancenreich: „Internet-Technologien und internetbasierte Anwendungen verändern den Handel und müssen auch im stationären Handel, dem klassischen Point of Sale, ihren Niederschlag finden. Mit visionären Konzepten lässt sich E-Commerce in den Laden holen. Junge, aber zunehmend auch ältere Menschen verknüpfen stationären und Online-Handel. Dem darf sich der stationäre Handel nicht verschließen, sondern muss der Entwicklung kreativ begegnen, um auf Dauer zu den Gewinnern zu zählen", macht sie klar.

Gaby Wenning

Foto oben: Sollen das Verkaufen am „Point of Sale" im Geschäft attraktiver machen: digitale Informationssysteme.

EXECUTIVES ONLINE
Wir vermitteln auch in Ihrer Branche:
✓ Führungskräfte
✓ Interim Manager
✓ Spezialisten
Top-Qualität. Top-Speed.
www.eo-muenster.de

LAGERVERKAUF – BÜROMÖBEL
hols-ab.de
LAGERVERKAUF BÜROMÖBEL

Tischlerei Potthoff
Tischlerei Potthoff
Boschstr. 34
48703 Stadtlohn
Tel. +49 (0) 2563 5890
Fax +49 (0) 2563 2460
p-potthoff@versanet.de
Wir planen
· Inneneinrichtungen
· Konferenzräume
· Rezeptionen

Große Bordewick
Fenster
Türen
Service
Ihr Fenster- und Haustürenspezialist
Industriestraße 36 · 46342 Velen
Telefon (0 28 63) 38 28 - 0
www.fenster-tueren-service.de
info@fenster-tueren-service.de