



Wie Sie Ihren Kunden zum Kauf bekommen

Wie Sie den Wohlfühlfaktor Ihres Geschäftes erhöhen und mit einfachen Maßnahmen Ihren Umsatz steigern.

Wie so oft sind es Kleinigkeiten, die den Wohlfühlfaktor und das Shopperlebnis positiv beeinflussen können: Warum ist es noch nicht überall Standard, einen Kaffee oder ein Mineralwasser angeboten zu bekommen, wenn man warten muss? Viele Kunden sind von diesen Kleinigkeiten überrascht und erzählen solche Erfahrungen sehr gerne weiter.

Aber auch das kleine Wort **„Danke!“** hat im heutigen Gesellschafts- und Wirtschaftsleben eine hohe Bedeutung – und gerade im Schmuckfachhandel gibt es so viele Anlässe, um Danke zu sagen:

1. Danke für Ihren Auftrag!
2. Danke für Ihre prompte Zahlung!
3. Danke, dass Sie sich gemeldet haben!
4. Danke für Ihre Erstbestellung!
5. Danke für Ihre Weiterempfehlung!

Überlegen Sie bitte selbst, wofür Sie heute dankbar sein können und wem Sie heute Danke sagen.

Nutzen Sie klassische Cross- und Up-Selling-Maßnahmen: Können Sie sich noch an Ihren letzten Schuhkauf erinnern? In vielen Schuhgeschäften werden Ihnen an der Kasse weitere Produkte angeboten: Imprägnier-Spray, Leder-Schutz, Reinigungspaste und vieles mehr. Möglicherweise wurden die Schuhe auch gezielt mit der passenden Handtasche im Regal platziert. Und schon ergibt sich eine Cross-Selling Möglichkeit. Vergessen Sie dabei nicht Ihre Mitarbeiter auf diese Strategie zu schulen.

Und ein solches Beispiel funktioniert in Uhren- und Schmuckfachgeschäften mit Sicherheit noch deutlich besser:

- So könnte es im Geschäft ein Reinigungstuch für den Schmuck angeboten werden, mit dem der Glanz des Goldrings wieder hervorgehoben werden kann.
- Auch eine kleine Aufbewahrungsbox für die Ringe oder Uhren könnten präsentiert werden.
- Ebenso wäre es denkbar, ein Reiseset anzubieten, in dem Ringe wie Uhren sicher aufbewahrt und verpackt werden können.
- Und schließlich könnte ggf. auch ein Kooperationspartner einen kleinen Einbausafe zur Verfügung stellen, um Ihren Kunden auch diese Möglichkeit der Sicherheit für den gekauften hochwertigen Schmuck zu zeigen.

Je besser das Produktsortiment, umso besser funktioniert das Cross- & Up-Selling Ihrer Produkte. Und falls Ihnen nichts einfällt, suchen Sie einfach mal nach Ihrem Produkt auf Amazon. Auf der Produktseite finden Sie unter der Überschrift „Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch“ neue Ideen, welche Produkte Sie zum Cross- & Up-Selling nutzen können.