

## Der Handel muss handeln!

Die „Angst“ vor dem Euro und die Auswirkungen des 11. September sind überall zu spüren. Kaufzurückhaltung und vermehrtes Sparen wirken sich dabei stark auf den Einzelhandel aus.

Dr. Klaus Steilmann forderte deshalb beim Clubabend am 4. Dezember 2001 den Handel zu neuem Handeln auf!

„Innovationen für den emotionalen Verkauf“ lautete die Überschrift des Vortrages von Dr. Steilmann, der einmal mehr darauf hinwies, dass der Kunde an erster Stelle des Denkens und Handelns eines Unternehmens stehen sollte. Ein Thema, über das alle reden, dass niemand aber so richtig in die Tat umsetzt. „Bei der Hinwendung zum Kunden haben wir noch viel zu lernen“ so Dr. Steilmann und „Wir müssen endlich herausfinden, was Kunden wirklich wollen“. „Wie erkennt man Kundenwünsche?“ lautete deshalb die erste Frage des Referenten an die Zuhörer, auf die er auch gleich Antworten gab:

- ◆ Nachfragen und Kunden persönlich ansprechen
- ◆ Kundenkontakte verzehnfachen
- ◆ Bestsellerlisten erstellen
- ◆ Kundengespräche führen und auswerten
- ◆ Kundendateien und Datenbanken nutzen
- ◆ Ein Customer Relationship Management-System (CRM) aufbauen
- ◆ Das Internet z.B. auch für Kundenbefragungen nutzen
- ◆ Mikromarketing betreiben – jede Woche eine andere Kundengruppe direkt ansprechen
- ◆ Kundenworkshops initiieren – bei Kaffee und Kuchen mit den Kunden sprechen und sie in das Handeln mit einbeziehen

Um die Kundenfrequenz am POS zu erhöhen, sollte der Handel zudem an der Qualifikation des Personals arbeiten. Eine pfiffige Anregung von Dr. Steilmann „Warum heißen Verkäufer nicht anders? Es würde eine Aufwertung für sie bedeuten, wenn wir ihnen einen neuen Titel verleihen, ähnlich wie Sales Manager in Amerika!“ Von großer Bedeutung für den Einzelhandel



ist auch die Erkenntnis, dass Ladenkonzepte heute kaum länger als 4 Jahre Bestand haben. Der Kunde will in einem Ambiente einkaufen, das ihn emotional anspricht und das richtige Verhältnis aus Unterhaltung und Shopping bietet. Als Paradebeispiel hierfür nannte Dr. Steilmann Harrods in London, das zu einer der größten Touristenattraktionen der Stadt geworden sei und dadurch natürlich auch entsprechende Umsätze mache.

Kurz: Der Handel muss etwas für den einzelnen Kunden tun, und das geschieht am besten durch eine individuelle und emotionale Ansprache. Zum Beispiel im Rahmen von:

- ◆ Verkaufsoffenen Sonntagen
- ◆ Direktmailings mit attraktiven Angeboten, die einen echten Kundennutzen bieten
- ◆ Events und Aktionen auch in Zusammenarbeit mit den Herstellern
- ◆ Preiswerbung
- ◆ Moden-/Produktschauen
- ◆ Herstellerpromotions
- ◆ Rabattaktionen, die nicht den Preis in den Mittelpunkt stellen

Der Kunde muss wieder Spaß am Einkauf und am Produkt bekommen und sich mit dem Geschäft verbunden fühlen. Mehrmals wies Dr. Steilmann dabei darauf hin, dass 80 % der Ausgaben von Frauen generiert werden. Und dass Frauen anders angesprochen und bedient werden wollen als Männer. Er empfahl daher die Lektüre des Buchs „Evevolution“ Essentielle Wahrheiten zum emotionalen Verkaufserfolg nach Faith Popcorn. In diesem Buch findet „Mann“ wertvolle Tipps, wie weibliche Kunden kommunizieren, agieren und reagieren: „Verbinde deine weiblichen Kunden miteinander und du verbindest sie mit deiner Markenidee oder deinem Namen“ (Anmerkung: das Buch ist bei [www.buch.de](http://www.buch.de) vorrätig).

Dass sich die holde Weiblichkeit bereits stark mit dem Marketingclub Hagen verbunden fühlt, beweist, dass sich am 4.12. wieder zwei Damen als neue Mitglieder des Clubs vorstellten. Ein schöner Abschluss des Jahres und ein guter Einstieg ins Jahr 2002. Seien Sie dabei, wenn es im Januar beim Neujahrsempfang wieder heißt „Herzlich willkommen beim MC Hagen!“ Bis dahin wünschen wir Ihnen ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Rutsch!



# intern



Liebe Clubmitglieder!

Zum Jahreswechsel ist es angebracht, nach- und vorzudenken. Mit dem Wechsel des gesamten Vorstandes im Juni dieses Jahres hat der Marketing-Club Hagen einen mutigen Schritt gemacht. Wenn auch neuer Vorstand und Beirat ein wenig Zeit brauchten, um sich zu orientieren, so

dürfen wir mittlerweile feststellen, dass wir „zueinander gefunden“ haben, die Aufgaben in geeigneter Weise verteilt und damit alle Voraussetzungen für die zukünftige Arbeit geschaffen werden konnten. Auch freuen wir uns über Ihr positives Feedback zur Arbeit

des mit Frau Dziemba ebenfalls neu besetzten Clubsekretariats.

So können wir denn mit Spannung und hohen Erwartungen auf das nächste Jahr blicken, das gleich mit einem ersten Highlight, nämlich dem traditionellen Neujahrsempfang und der Verleihung des 10. Hagener Marketing-Preises am 22. Januar beginnt. Es lohnt sich auf jeden Fall für Sie, an diesem für unseren Club wichtigsten Ereignis teilzunehmen. Zudem gibt es im nächsten Jahr wieder hochinteressante Veranstaltungen, über die wir an dieser Stelle allerdings noch nichts verraten wollen. Wie üblich erhalten Sie ausführliche Informationen dazu anlässlich des Neujahrsempfangs.

Vorstand und Beirat bedanken sich bei Ihnen allen, insbesondere bei Frau Dziemba, sehr

herzlich für die gute Zusammenarbeit. Wir wünschen Ihnen besinnliche Weihnachtstage und einen guten „Rutsch“ und freuen uns auf ein Wiedersehen im nächsten Jahr.

Ihr

Ralf Mehlmann

Clubabend am 22. Januar 2002

## Neujahrsempfang des MC Hagen und Verleihung des 10. Hagener Marketing-Preises

Am 22.01.2002 findet der Neujahrsempfang des Marketing-Clubs Hagen in den Räumen der SIHK zu Hagen statt. Im Rahmen dieser Veranstaltung wird der 10. Hagener Marketing-Preis verliehen. Freuen Sie sich auf ein schönes Abendprogramm mit Musik und gut gelaunten Clubmitgliedern. Die Einladung zu dieser Veranstaltung ist Ihnen bereits per Post zugekommen. Bitte melden Sie sich und Ihre Begleitung rechtzeitig an. Wir freuen uns darauf, Sie auch im Jahr 2002 als Mitglied des Marketing-Club begrüßen zu dürfen.

Auch der Neujahrsempfang 2002 wird durch die freundliche Unterstützung von Sponsoren ermöglicht. Der MC Hagen bedankt sich herzlich bei folgenden Unternehmen:



**Rathaus-Apotheke**  
Internationale Apotheke  
Dr. Klaus Fehske

**GROHE**

WASSESTECHNOLOGIE

**EURO PART**

**versatel**

**HENKE AG**  
DACHER • FASSADEN

**Sparkasse Hagen**  
www.sparkasse-hagen.de

**JURGENS**

**Märkische Bank eG**  
Ihre Volksbank ganz nah

### Marketing-Club Hagen e. V.

#### Clubsekretariat:

Lydia Dziemba  
INNOVATION Consulting AG  
Bahnhofstraße 38, 58095 Hagen  
Telefon 02331/900-596, Telefax 02331/900-591  
dziemba@innovation-ag.de  
www.mc-hagen.de

### Impressum

#### Konzept und Realisation:

P.AD. Werbeagentur GmbH, Meinerzhagen  
Foto Kühle, Hagen  
Werbestatt Wiesemann GmbH, Hagen

#### Redaktion:

Angela Dietzel  
P.AD. Werbeagentur GmbH, Meinerzhagen

