



Im Januar haben wir noch das Ableben des Curated Shopping Ansatzes „Stilbox“ im Onlineshop von P&C beklagt und die Einführung in ihren Stores herbeigewünscht. Es scheint, dass wir nicht die einzigen sind, die sich darüber Gedanken gemacht haben: Just Anfang März versickt P&C Einladungen an ihre Kundenkartenbesitzer, um das „Persönliche Einkaufsberaterkonzept“ kennen zu lernen. Grund genug für uns, dieses Konzept, das für den Zeitraum 14. März bis 11. Juni in Düsseldorf getestet wird, einmal selbst zu erleben. Hier unser Erfahrungsbericht:



Per Post flatterte mir eine hochwertig gestaltete Einladung ins Haus, die mich sehr überraschte: Hatte ich doch die Hoffnung schon fast aufgegeben, dass sich der stationäre Fashionbereich seiner Urstärken besinnt und den Kunden so für sich begeistert. Ein Anruf bei der angegebenen Hotline war schnell erledigt, dort wurden wir nach unseren Präferenzen gefragt und ein Termin festgelegt.

Der Einkaufsprozess



Am vereinbarten Tag war ich sehr über das professionelle Setup erfreut: Mein persönlicher Berater, Herr Reichart, erwartete mich an einem speziell dafür eingerichteten Meeting Point. Sofort nahm er meine Jacke entgegen und schaffte eine persönliche Atmosphäre. Er geleitete mich zu einem vom normalen Store abgetrennten und fast nicht einsehbaren Bereich, der mein persönliches Store-Erlebnis darstellte. Ein gemütlicher Ruhesessel, Kaffee und Kekse sowie die vorab für mich ausgewählten Kleidungsstücke standen bereit.

Nun das wichtigste: Man konnte klar erkennen, dass sich der Betreuer auf Grund meines Briefings bei der Auswahl der Artikel Gedanken über mich gemacht hat. Er hat sofort den richtigen Stil gefunden, jedes der ausgewählten Artikel hat meinen Geschmack getroffen. Die Entscheidung fiel recht schnell, selbst als man nach einem Artikel gefragt hat, der nicht Teil des Briefings war, konnte dieser umgehend besorgt werden. Angenehm fand ich, dass auch auf die laufende Osterrabatt-Aktion hingewiesen wurde. Gesamt gesehen waren die richtigen Stücke schnell identifiziert, die Auswahl also schnell getroffen.

Checkout speziell für Beratungskunden



Nach dem Ausfüllen des Feedback-Bogens dann die Überraschung: Ein mobiles Checkout Szenario kam zur Anwendung, das zudem einwandfrei funktionierte: Mit einem Samsung Smartphone wurden die Artikel gescannt, die Kreditkartendaten wurden mit einem Terminal ausgelesen, der Bon wurde anschließend aber noch konventionell geprintet. Bisher kannte ich das nicht, obwohl ich oft in dem Haus einkaufe. Kein Anstellen und keine Verzögerung beim Verpacken also durch den Einsatz innovativer Technik. Als kleines Bonbon gab es zum Abschied noch eine kleine speziell bedruckte Tasche mit Naschereien, auch hier sieht man die Liebe zum Detail.

Der Vergleich mit dem Online-Wettbewerb

Fast 2 Jahre habe ich das Angebot des reinen Online-Dienstes Outfittery in Anspruch genommen. Anfangs waren der Service und die Produktauswahl okay, nachdem meine Betreuerin gewechselt hatte passte nichts mehr. Geschmack nicht getroffen, keine persönliche Ansprache, unvereinbarte Zusendung von Paketen etc. Ich habe mich dann dort abgemeldet, leider kam noch nicht einmal ein Anruf um zu erfahren, was denn nicht gepasst hat. Schade eigentlich, denn der Start war wirklich gut! Daran erkennt man, wie wichtig die Qualität der persönlichen Betreuung ist.

Das Fazit

Zuerst einmal für mich das Wichtigste: Ich habe die Kleidung bekommen, die ich mir vorgestellt habe. Nun das Wichtigste für P&C: Ich habe deutlich mehr ausgegeben als geplant und würde diesen Service auch meinem besten Freund empfehlen. Ein engagierter

Berater, eine gute Atmosphäre und ein professioneller Instore-Prozess zeigen, dass man sich Gedanken dazu gemacht hat.

Was ich aber für kritisch halte ist der kurze Testzeitraum: In 3 Monaten kann man diesen Service nicht ausreichend bekannt machen und erst Recht den Kunden nicht neu konditionieren. Um valide Ergebnisse zu bekommen sollte der Pilot mindestens ein Jahr Laufzeit bekommen, das Setup hat es allemal verdient.

Es gibt 2 Dinge zur Verbesserung

Ich hätte gern die Gewissheit, dass mein heutiger Berater auch mein zukünftiger Berater bleibt. Man konnte mir keine Zusage machen, ob bei meinem nächsten Shopping Trip der nette Herr Reichart dann auf die Erfahrung mit mir aufbauend weiter arbeiten kann. Diese persönliche Beziehung ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für das Konzept, das Kundenbindung in Reinstform ist.

Zudem würde ich gern vorab eine Preisrange angeben, innerhalb derer die Kleidungsstücke für mich selektiert werden. Speziell der Anteil der Premium Marken war doch sehr präsent und spiegelte sich auch in den Preisen wieder.

P&C ist mit dem Konzept auf dem richtigen Gleis unterwegs, denn das Gebotene ist eine besonders intensive Shopper Experience. Persönlicher Kontakt, Individualität und vor allem Exklusivität werden gekonnt kombiniert. Wir beobachten die Entwicklung gespannt weiter und berichten dann an dieser Stelle.

Fotos: gmvteam