Unglaublich, was ein kleiner Virus derzeit anrichtet: Corona hat erreicht, dass die Wirtschaft still steht, die Reise-, Event- und Messebranche liegt innerhalb einer Woche am Boden. Anders als bei unseren europäischen Nachbarn ist bisher in Deutschland noch keine Ausgangssperre verhängt worden, aber dennoch beginnt der Handel trotz der Hamsterkäufe zu leiden. Wenn sich die Lage dramatischer entwickelt, kommt auch der Handel um Geschäftsschließungen nicht herum.

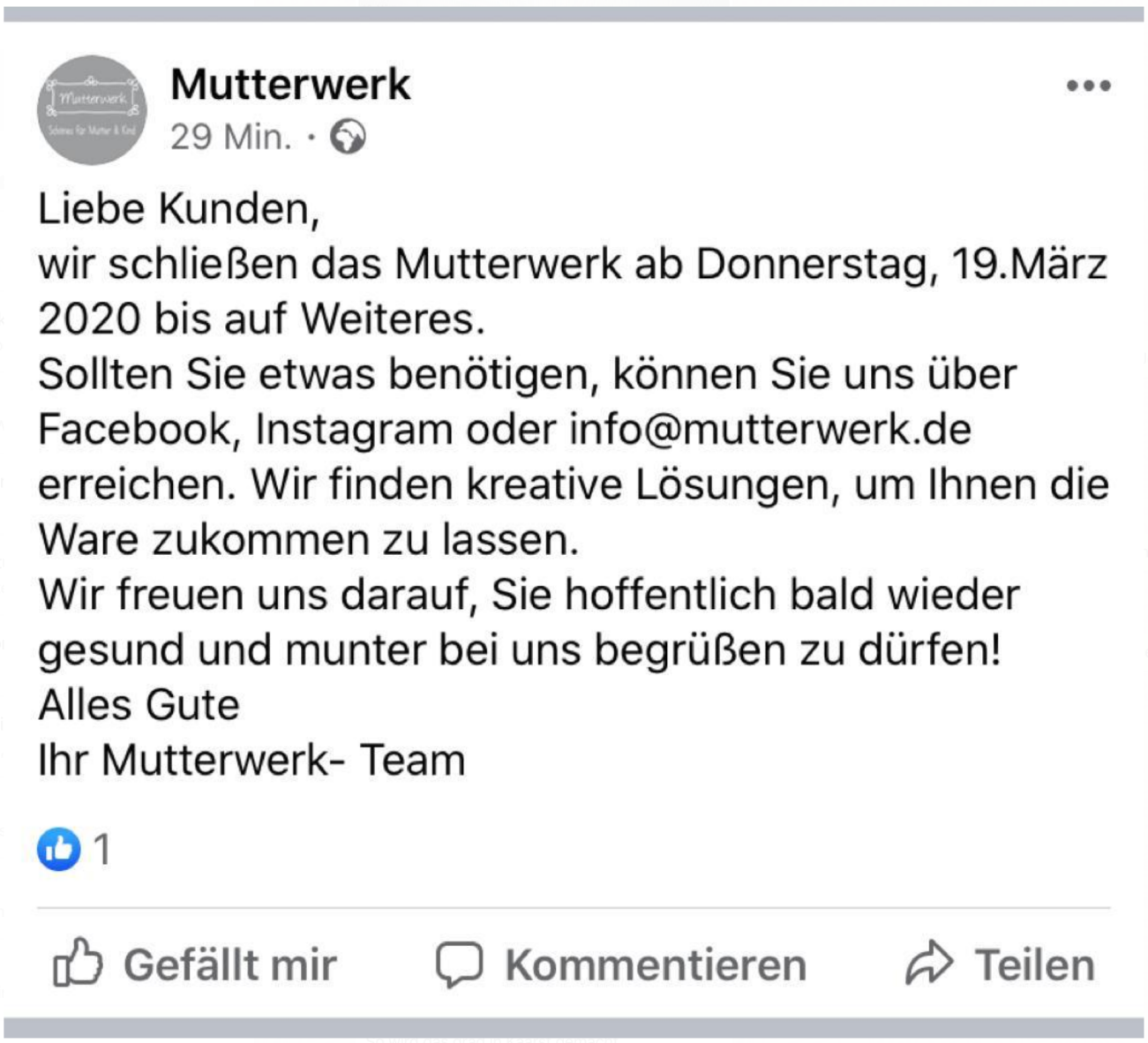
Kreative Retailer sind gefragt

Was jetzt extrem gefragt ist: Unternehmerisches Denken! Doch was ist das? Wir haben die wichtigsten Eigenschaften für die aktuelle Situation hier extrahiert:

Blitzschnell Kundenbedürfnisse identifizieren
Veränderte Rahmenbedingungen analysieren
Sein Geschäftsmodell an die Anforderungen anzupassen

Genau darum geht es: Was kann man tun, wenn die Regierung die Schließung der Läden anordnet? Zuerst muss folgendes geklärt werden: Bedeutet die Schließung des Ladens auch

die Einstellung des Geschäftsmodells? Ich behaupte mal „Nein“ und darin liegt die Chance.



Wer den Kunden liebt, findet einen Weg zu ihm!

Das Füllhorn der Möglichkeiten ist groß und das gilt es zu nutzen. In der ganzen Diskussion denkt man immer sehr defizitorientiert, wir zeigen die Möglichkeiten auf. Los geht es!

Digitale Möglichkeit 1: Suche dir eine Plattform

Das ist eigentlich der nahe liegende Weg, den Kunden zu erreichen. Schnell einen Shop bei EbayAmazonRealZalando etc. eingerichtet und sein Sortiment, das man ja nun mal da liegen hat, unterzubringen. Gerade im Fast-Fashionbereich ist es wichtig, die Lager für die nächste Kollektion freizubekommen. Vorteil: Über die Plattformen hat man schnell Reichweite, dafür muss man aber mit einem nicht zu unterschätzenden Setup-Aufwand rechnen. Zudem gehören einem dort meistens nicht die Kunden, die Bindung derselben hält sich in Grenzen!

Digitale Möglichkeit 2: Soziale Medien nutzen, um spezielle Pakete zu vermarkten:

Jetzt kommt die Sternstunde des Händlers, der sich intensiv mit Kundenbedürfnissen beschäftigt: Man entwickelt zur Situation passende Pakete, die man dem Kunden über soziale Medien bekannt macht. Aktuell sind die Menschen sehr in sozialen Medien aktiv um sich über das Thema Corona auszutauschen. Jetzt muss man mit speziellen Angeboten genau dort Präsenz zeigen. Hier ein paar Beispiele:

Home Office Basis-Paket: Monitor, Adapter, Maus & Mauspad

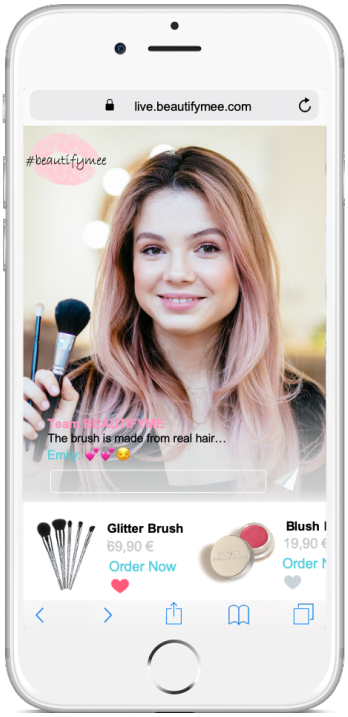
Home Office Advance Paket: Bürostuhl, Tischleuchte, Drucker

Home Kids Paket: Playstation und Spiele

Renovierungspaket: Farbe, Abklebeband, Pinsel

Wer jetzt unternehmerisch denkt, beschäftigt sich intensiv mit den Bedürfnissen der Menschen und kommt sicherlich auf die passenden Bundles, die begeistern!

Digitale Möglichkeit 3: Life Stream Shopping mit LISA



Live Stream Shopping ist in Asien sehr weit verbreitet, praktisch Teleshopping im Internet. Wir haben bereits früher über den Trend berichtet, der gerade in Zeiten der Ausgangssperre besonders in China viele neue Fans dazu gewonnen hat.

Der Händler kann sein Sortiment über sein Verkaufspersonal sehr anschaulich präsentieren. Vorteil: Die Kunden sind direkt angesprochen und können sich ein wesentlich besseres Bild vom Produkt machen.

Analoge Möglichkeit 4: Strategische Partner

Gibt es in ihrem Gebiet lokale Lieferdienste wie Picnic, Flaschenpost, Lieferando oder vergleichbares? Dann kann man sich überlegen, wie man sich gemeinsam zur Sicherung der Versorgung einsetzen kann. Ein Abgleich der Liefergebiete und deren gemeinsame Bündelung schafft Kraft für Synergien. Wer Mineralwasserkisten ausliefert, kann auch andere (natürlich gut verpackte) Produkte mitnehmen.

Wichtig bleibt aber das Sortiment

Egal, über welches Format man den Kunden*in erreicht: Auf das richtige Sortiment kommt

es an. Jetzt heißt es, die richtigen Pakete zu schnüren und sich intensiv mit den Bedürfnissen der Kunden*innen zu beschäftigen. Ausnahmesituationen erfordern Ausnahmelösungen und ausgefallene Maßnahmen.

Beitragsbild by Tumisu from Pixabay