



Samsung geht neue Wege in der Kundenberatung am PoS. Beeinflusst durch immer bessere Möglichkeiten und Services im Online-Shopping, hat sich die Erwartungshaltung der Konsumenten an die stationäre Verkaufsfläche in den letzten Jahren verändert.

Die Ansprüche am PoS steigen

Der Shopper erwartet verstärkt ein besseres Einkaufserlebnis, fachkundige, persönliche Beratung und erweiterte Informationsmöglichkeiten. Dazu kommen die Wünsche nach zusätzlicher Inspiration und emotionaler Ansprache.

Grundsätzlich stellt sich die also Frage: Wie definiert sich eigentlich ein besseres Einkaufserlebnis? Bei Erlebnis denkt man sofort an etwas Aufsehenerregendes, Großes und Außergewöhnliches.

Der Shopper sucht keinen Big Bang

Viele Studien zeigen aber, dass Shopper diesen Wow-Effekt gar nicht suchen. Der Shopper von heute wünscht sich vielmehr ein aufwandsfreies Einkaufserlebnis und ein angenehmes Einkaufsumgebung und genau dieses wird ihm Status heute im stationären Handel zu oft verwehrt.

Ein Ende 2017 erschienenenes Whitepaper des „EHI Retail Institute“ mit dem prägnanten Titel „Top-Shopping-Killer im Einzelhandel“ bringt es auf den Punkt und benennt die Aspekte welche die größten Kundenscherzen bereiten. ([Wir berichteten hier darüber](#))

Angeführt wird die Liste von „Verkäufer nicht auffindbar“, gefolgt von „Lange Schlangen vor den Kassen“ und „Unfreundliche, unmotivierte Verkäufer“. Alles Probleme, die dem Shopper einen Aufwand bereiten, denn er muß suchen, warten, sich ärgern, etc.

Das Thema „Verkäufer / Berater“ spielt augenscheinlich eine besonders wichtige Rolle, denn knapp 1/3 der Top 20 Kundenscherzen dreht sich genau um diesen Aspekt.

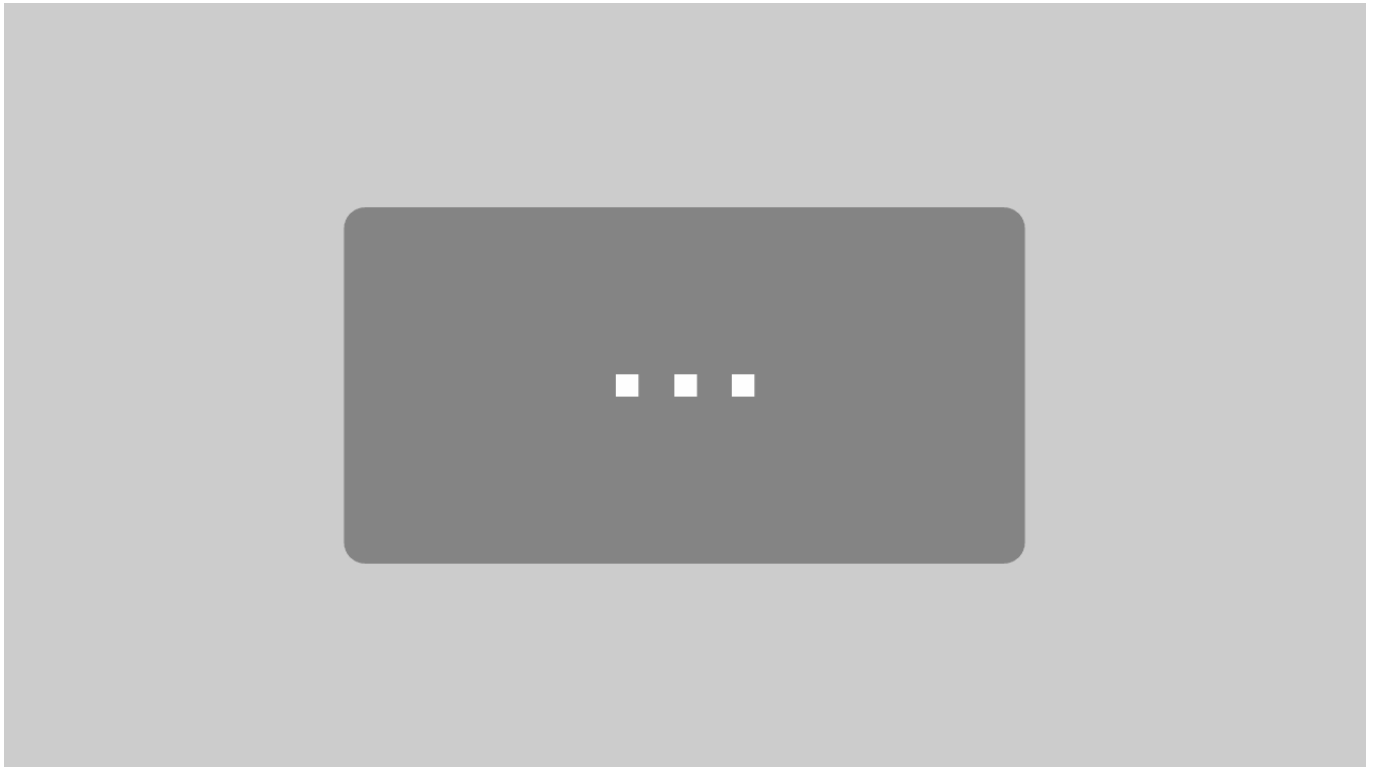
Personal bleibt der Erfolgsfaktor

Diese Feststellung ist wahrlich nicht neu, aber gerade in der Abgrenzung zum Online Handel entscheidet gute Beratung durch motiviertes und gut geschultes Personal über Wohl und Wehe und die Zukunftsfähigkeit des Händlers und der Markeninvestments im Handel.

Natürlich ist auch für die Retail-Profis der Samsung TV/AV Sparte diese Erkenntnis nicht neu, setzt man doch bereits seit Jahren auf gut geschulte und motivierte Fachberater, welche die Produkte im Handel vermarkten.

Aber gute Berater zu finden ist nicht einfach und die Kosten sind nicht unerheblich. Daher lohnt sich der Einsatz nur selten z.B. in kleineren Märkten oder zu Randzeiten. Aber auch in diesen Situationen will Samsung die best mögliche Beratung bieten und setzt daher auf moderne Technik, welche die Brücke zwischen Kunde und Berater schlägt. Ein persönliches Beratungsgespräch wird dabei über eine einfach zu bedienende Video-Telefonie-Lösung ermöglicht, welche in einer Stele mit Tablet auf den Samsung TV Inseln platziert ist. Wie es

funktioniert zeigt dieser Film:



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

Die ersten Platzierungen befinden sich in den Saturn Märkten Passau, Köln Hohe Strasse und Leverkusen und im Media Markt Weiterstadt.

Die bisher gesammelten Kundenfeedbacks sind sehr positiv. So gaben über 97% der Nutzer über den integrierten Feedbackfragebogen eine positive Rückmeldung und bezeichneten den Service insbesondere als „hilfreich“. Und auch das markteigene Verkaufspersonal nutzt

den Samsung Fachberater bei technischen Detailfragen und zur Abverkaufsunterstützung.



Über den Autor:

DIRK VONTEN ist Managing Partner der WeShop.one GmbH & Co. KG und Experte für Shopper Marketing und PoS-Digitalisierung. Das Unternehmen hat sich die digitale Transformation des Point of Sale vorgenommen und unterstützt Kunden aus dem Einzelhandel und der Markenartikelindustrie bei der Transformation ihrer stationären Verkaufsstätten zum Point-of-Experience (PoX), dem Ort des Einkaufserlebnisses.