



Vor Kurzem habt Ihr von mir einen Artikel über die Möglichkeiten und Chancen der Nutzung von Social Media durch den inhabergeführten Einzelhandel gelesen, in dem ich Euch einen Artikel über den Online Marktplatz SUGARTRENDS versprochen habe.

SUGARTRENDS ist eigentlich noch ein Startup, gingen sie doch erst im Mai 2014 an den Start. Sie – das sind Tim Lagerpusch und sein Partner Dr. Christian Schwarzkopf, zwei Vollblut Unternehmer und Startupspezialisten, die von 2008 bis 2011 das Gründerzentrum CIE am KIT Karlsruher Institut für Technologie und eine Plattform für Beratung von Gründern für Gründer aufgebaut haben. Mit Charisma, Kompetenz und Begeisterung für Handel sind die Beiden schon fast „Evangelisten“ inhabergeführter, stationärer Einzelhandelskonzepte.

Über SUGARTRENDS

SUGARTRENDS möchte die Renaissance der kleinen Läden zelebrieren mit einem Online Marktplatz, der lokale, inhabergeführte Geschäfte zusammenbringt. Die Vision der Gründer ist, „weltumfassend die schönsten Läden auf eine Plattform zu bringen. So dass man als Kunde weltweit in den kleinen Läden shoppen kann. Egal wo man gerade ist.“

Die harten Fakten

In Zahlen heißt das heute 400 Mitgliedsläden, von denen bereits 330 live mit ihrem SUGARTRENDS Shop sind. Die meisten Läden der Kategorien Mode, Schmuck, Design,

Gourmet, Kinder und Geschenke sind aus Deutschland, aber einige aus Europa und Weltweit sind auch bereits dabei. So findet man heute 16,000 Produkte bei Sugartrends, die im Schnitt 500 Bestellungen und beeindruckende 100,000 Page Impressions pro Monat generieren.

Der Zugang für Ladenbesitzer

Um die Qualität der Plattform zu wahren und sicherzustellen, dass der Endkunde von der Auswahl der Geschäfte und Produkte nicht enttäuscht wird, setzt SUGARTRENDS klare Kriterien für die Aufnahme auf die Plattform. Diese sind:

Physisches Ladengeschäft

Inhabergeführt / keine Kette / man spricht mit dem Chef

Stimmiges Konzept (Produktauswahl / Kommunikation / Laden mit Charakter und Charme)

Zufriedene Kunden (wenn man schon echte Reviews finden kann)

Positive Vibes / es muss Spaß machen mit dem Ladenteam zu sprechen

Das Ladenteam hat Lust auf digitale Kommunikation

Das Konzept von SUGARTRENDS basiert auf drei Säulen.

Erstens ist SUGARTRENDS für den Händler ein cloudbasiertes Webshopssystem, das ohne technischen Aufwand betretbar ist. Die Einzelhändler nutzen ihren Webshop bei Sugartrends in Kombination mit Social Media Aktivitäten und stärken damit das eigene Geschäft.

Zweitens ist SUGARTRENDS für den Kunden ein Portal, auf dem sie in ihrem direkten lokalen Umfeld besondere Ladenkonzepte mit sehr viel Persönlichkeit entdecken können, aber eben auch überregional und sogar international stöbern können.

Drittens schreibt sich das Unternehmen SUGARTRENDS auf die Fahne, die vertretenen Einzelhändler und ihre Läden in eine Netzwerkgruppe zusammenzubringen, um den Austausch von Erfahrungen untereinander zu ermöglichen. So sollen auch Partnerschaften sich gründen, z.B. für gegenseitige Social Media Vorstellungen.

Die Message von SUGARTRENDS an Händler:

„Wartet nicht darauf, dass Euch jemand hilft. Werdet selbst aktiv und erobert Euch Eure Kunden wieder zurück. Findet heraus, was die Kunden an Euch lieben und macht davon mehr. Ruft den Kunden in Erinnerung, dass ein Einkaufen mit persönlicher Chef-Bedienung viel mehr Spaß macht als das günstigste Schnäppchen online zu finden. Verlasst Euch nicht nur auf Portal-Traffic, sondern nutzt den Shop und Social Media als eigenes Werkzeug eben auch für Stammkunden, denn Kunden honorieren, wenn ein Laden digital aktiv ist.“

Was zeichnet SUGARTRENDS als Plattform aus?

Mich hat die Begeisterung der Gründer für den stationären Handel sehr beeindruckt. Mit sehr viel Engagement und tollem Support stellen sie nicht nur ein Webportal zur Verfügung, sondern bieten dem angeschlossenen Händler persönliche Beratung und Service rund um die Digitalisierung, E-Commerce und Social Media.

Also nix wie hin - mal schauen, was wir heute noch shoppen wollen. Hier geht's zur SUGARTRENDS website.