

Die entscheidende Rolle des Verkäufers im traditionellen Einzelhandel

09.07.2014, 18:36 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *MFB Resultants GmbH*



MFB News Juli 2014

Der Boom im Online-Handel ist ungebrochen. Immer mehr Konsumenten kaufen per Mausklick ein. Nach aktuellen Prognosen (Statistik 2014) soll der B2C Umsatz im Internet bis 2017 weltweit um rd. 1.100 Mrd. US Dollar steigen und sich damit gegenüber 2013 nahezu verdoppeln. Laut einer Hochrechnung von Deals.com werden alleine in Deutschland in diesem Jahr die Pro-Kopf-Umsätze im E-Commerce rund 511 Euro betragen. Der rasant wachsende Online-Handel droht zum Ladenkiller zu werden. Viele schwache Händler werden wohl ihre Geschäfte schließen müssen. Auch große Handelsketten wie Saturn und Media Markt haben Schwierigkeiten sich gegen die Konkurrenz aus dem Internet zu behaupten. Aber der Krieg ist noch nicht verloren, vielleicht nur eine Schlacht.

Einkaufen als emotionale Angelegenheit

Wichtig ist es, die Beweggründe für online Shopping bzw. traditionelles Shopping vor Ort im Geschäft näher zu beleuchten. Die wichtigste Beobachtung dabei ist, dass dem stationären Einzelhandel nicht die Interessenten fehlen. Ganz im Gegenteil: der Großteil der Kunden informiert sich zunächst vor Ort, ist oft sogar kaufbereit, findet aber keinen Ansprechpartner, der ihn zum Abschluss begleitet.

Damit rückt der Verkäufer bzw. die Verkäuferin als Erfolgsfaktor des stationären Einzelhandels in den Fokus. Sie sind Sympathieträger, Fachberater, Motivator und Unterstützer bis zum Kaufabschluss und sogar darüber hinaus. Denn bei der Verabschiedung des Kunden hilft die positive Bestätigung des Verkäufers über die Nachkaufdissonanz hinweg. Da, wo der Kunde sich gut aufgehoben und ehrlich beraten fühlt, kommt er gerne wieder.

Wie gut Mitarbeiter diese Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden bedienen können, hängt von ihrem Selbstverständnis, ihrer Qualifikation und von ihrer Motivation ab.

Qualifiziertes Personal als die Trumpfkarte des Einzelhandels

Daher beginnt der Erfolg im stationären Einzelhandel mit der Auswahl der richtigen Mitarbeiter. Wie ein Profisportler Talent mitbringen muss, um im Spitzenfeld mitzuspielen, benötigt ein richtig guter Verkäufer Talent zum Verkaufen. Hat man die richtigen Mitarbeiter gefunden, muss in ihre Leistungsbereitschaft und -fähigkeit ständig investiert werden, denn zur starken Internetkonkurrenz kommt noch der demographische Wandel hinzu. Qualifiziertes Personal zu finden wird zunehmend schwieriger. Unternehmen werden immer größere Teile der Mitarbeiterentwicklung selbst leisten müssen, wenn sie im Wettbewerb standhalten wollen.

Vor diesem Hintergrund ist es für ein Unternehmen überlebenswichtig, die Mitarbeiter nicht durch orientierungslose Vorgesetzte zu demotivieren. Klare und eindeutige Ziele, ehrliches Feedback, ein einfaches Danke für eine gute Leistung, sind oft wirksamer als Geld, in jedem Fall wirksamer für die Stimmung. Die Ziele, denen alle folgen, müssen

für alle klar und nachvollziehbar sein.

Der Mitarbeiter muss das Gefühl haben, dass es in seinem Unternehmen „gerecht“ zugeht und er einen wichtigen Beitrag zum Unternehmensziel leistet. Dies erfordert eine Zielsetzung, die zugleich Wert auf exzellente Leistung und auf Arbeitszufriedenheit legt.

Studien zeigen, Unternehmen im stationären Handel können wieder erfolgreich sein. Nur müssen sie das tun, was sie eigentlich schon immer hätten tun müssen, um Kunden nachhaltig zu überzeugen:

1. konsequente Kundenorientierung
2. systematische Mitarbeiterqualifizierung
3. Führen mit Zielen

Qualifizierte Vorgesetzte sind dabei entscheidend für die erfolgreiche Unternehmensentwicklung.

Gelingt es Ihnen, mit Ihren Mitarbeitern Ihre Kunden zu begeistern, dann sind Sie der Konkurrenz aus dem Internet einen entscheidenden Schritt voraus. Exzellente Kundenbeziehungen binden Stammkunden und ziehen neue Kunden an. Unsere erfahrenen MFB Berater unterstützen Ihr Unternehmen gerne bei der Auswahl und Qualifizierung Ihrer Verkäufer sowie bei der Entwicklung und Umsetzung Ihres Führungssystems.

MFB Resultants – Wir liefern Resultate. Sind Sie an weiterführenden Informationen interessiert? Bitte benachrichtigen Sie uns, wir werden uns schnellstmöglich bei Ihnen melden. Wir freuen uns über Ihre Anfrage per Email oder telefonisch unter +49 611 34 11 78 50.

MFB Resultants – Wir liefern Resultate.

Portrait

MFB Resultants GmbH ist eine mittelständige Unternehmensberatung in Wiesbaden. Das Unternehmen beschäftigt 21 MFB Resultants im Kernteam mit Expertise in den Bereichen Marketing und Vertrieb, Rechnungswesen und Controlling, Personalleitung und Personalentwicklung sowie Prozessmanagement und TQM.

MFB Resultants bietet viele Leistungen in verschiedenen Bereichen an. Zu diesen Leistungen gehören Marktpositionierung und Strategieentwicklung, Organisationsentwicklung und Prozessanalyse sowie Prozessoptimierung, Restrukturierung, Training und Coaching für Führungskräfte im Leistungs- und Vertriebsaufgaben und das Management auf Zeit.

News-ID: 804961 • Views: 524 (Stand: 16.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/804961/Die-entscheidende-Rolle-des-Verkaeufers-im-traditionellen-Einzelhandel.html>