



## „GUTE WARE“ richtig präsentieren

Die richtige Präsentation der „FRECHEN FRÜCHTE“ setzt sich aus einer Vielzahl von Facetten zusammen. Dekoration um die Ware, Beschilderung, Platzierung des Produktes, Beleuchtung, Warenmenge, aber auch der „ROTE FADEN“ durch die Präsentation sollte zu erkennen sein.

Jeder Hofladen/Geschäft oder Wochenmarktstand hat bestimmte Vorzüge, die hier zu beachten sind. Produkte müssen schnell auffallen und das „Auge“ treffen, weil der Kunde, der an der Warenpräsentation vorbeigeht, nur Millisekunden die Produkte anschaut. „Es sind die kleinen Fehler, die den großen Unterschied machen und Kunden zum Produkt locken oder Kunden abschrecken.“ Die Sinne der Kunden müssen geweckt werden. Und die Präsentation muss neugierig machen. EIN ERLEBNIS FÜR DIE AUGEN!

Sehr viel wird in der Beschilderung falsch gemacht. „Sehr oft fällt bei der Beratung von Hofläden, Wochenmarktständen/Geschäften auf, dass wenig Beschilderung zu erkennen ist, dann sieht die Ware wie Dekoration aus. Oder die Schilder sind schief auf der Ware ausgelegt. Der Kunde hat hier Berührungspunkte! Die Erfahrung zeigt, dass viele Kunden den Verkäufer zu Preisen nicht ansprechen möchten, besonders wenn der Verkäufer gerade in einem Gespräch ist. Hier geht Umsatz verloren.“ Die Dekoration sollte nicht auffallender als die Ware sein, wobei gezielte Dekoration das Produkt hervorheben kann.

Die Präsentation muss nicht nur schön aussehen, sondern individuell (frech und auffallend ist erlaubt, aber mit Geschmack) sein und sie muss zum Stil des Geschäftes passen. Wenn es richtig gemacht wird, dann kann es den Kunden motivieren, ein neues Produkt auszuprobieren. Hier kommt der natürliche Reiz der Neugierde hervor, der „ETWAS HABEN WOLLEN EFFEKT“. Das bedeutet Umsatzsteigerung!

### Präsentation verändert Kaufverhalten

Damit der Kunde ein Stammkunde wird, muss er nicht nur von einem Produkt überzeugt sein, er muss die ganze Präsentation gutheißen. Die Präsentation verändert auch die Atmosphäre in einem Geschäft und kann das Kaufverhalten des Kunden beeinflussen. Ganz wichtig ist, dass aus Sicht der Kunden, der VERKÄUFER mit zur gesamten Präsentation eines Geschäfts gehört. Kommt der Kunde z. B. in ein Geschäft ohne Mitarbeiter oder stehen Mitarbeiter in der Ecke und klönen oder ist ein Mitarbeiter für den Kunden da. Dies verändert die ganze Atmosphäre in einem Ge-

schäft und entscheidet über den Wohlfühlfaktor des Kunden.

Natürlich spielt hier auch das Verkaufsverhalten der Mitarbeiter eine große Rolle. Dies hat große Auswirkung auf die Umsatzsteigerung und auch die Neukundengewinnung. Es entscheidet, ob der Kunde wiederkommt = STAMMKUNDEN-GEWINNUNG! Nur gute Produkte herzustellen, reicht dem Kunden von heute nicht mehr aus. Der Kunde von heute ist verwöhnt und hat eine große Auswahl, wo er sein Geld ausgeben kann. FRECHE FRÜCHTE müssen richtig präsentiert werden!

Die Erfahrung zeigt, dass es einen Wandel bei der Direktvermarktung gibt. Die Besonderheit liegt in der Zielgruppe der Kunden. Die Kunden schätzen hier noch das Handwerk der Eigenproduktion und der Eigenvermarktung. Der Kunde im Einzelhandel hat z. B. ein anderes Einkaufsverhalten als in einem Hofladen. Natürlich spielt auch der Einzelhandel eine große Rolle. Edeka, Lidl, Rewe und Co. Diese versuchen immer mehr, den kleinen Hofladen in das Geschäft zu bringen.

Der Kunde von heute hat Geld, er ist nur vorsichtiger mit dem Ausgeben geworden und er muss einen Mehrwert erkennen. So wie Produkte sich verändern, so verändert sich auch das Kaufverhalten der Kunden. Die Erfahrung zeigt, dass viele Geschäftsinhaber zu überlastet sind und vergessen, sich auf das Wichtigste zu konzentrieren: Den Kundenumgang. Fakt ist: Der Kunde bringt das Geld ins Geschäft! Die Großen werden immer größer, weil sie den Kunden mit Anreizen und Überraschungen begeistern. Hier muss die Direktvermarktung gegensteuern.

*Britta Marbs, Herzsprache® Akademie*

**Die richtige Präsentation der „FRECHEN FRÜCHTE“ ist ein wichtiger Aspekt auf dem Weg zum Erfolg**

*Foto: Kühlwetter*