

PUNKTLANDUNG BEIM RÄUMUNGSVERKAUF

Lagerbestände abbauen, ein Jubiläum feiern oder wegen Umbaus beziehungsweise Geschäftsaufgabe einen Räumungsverkauf durchführen – es gibt zahlreiche Gründe für eine Verkaufsaktion. Wie diese erfolgreich gelingen kann, verrät im GZ-Interview Alexander Schmidt, Profi für Aktionsverkäufe.



GZ: Was kann ein Juwelier falsch machen, wenn er einen Sonderverkauf durchführt?

Alexander Schmidt: Viele denken, sie könnten das in Eigenregie

machen und unterschätzen den Aufwand. Sie sind dann meistens enttäuscht über die Ergebnisse. Ich berate seit 14 Jahren Fachgeschäfte, seit über 30 Jahren bin ich im Einzelhandel tätig. Aus Erfahrung weiß ich: Mit dem Rotstift oder einem Sale-Plakat ist es nicht getan. Eher im Gegenteil: Die massenhafte Präsenz solcher Rabatt-Aktionen in den Innenstädten stumpft ab. Potenzielle Kunden sind gelangweilt. Jede Verkaufsaktion muss ein eigenes Gesicht haben – zur angebotenen Ware, zum Geschäft und Anlass passen. Ich biete die Planung und Durchführung solcher Aktionen nach dem Motto: Mit Niveau zum Ziel!

Was genau verstehen Sie unter Aktionen mit Niveau?

Wir entwickeln zusammen mit dem Juwelier ein individuell auf sein Profil und den Anlass zugeschnittenes Konzept. Die Kunden sind verwöhnt und lassen sich nur mit ausgefeilten Ideen und Werbekampagnen locken. Die Botschaft muss zur Zielgruppe passen und diese zum Handeln bewegen. Stellen Sie sich



Aktionsverkäufe beim Juwelier sollten mit dem notwendigen Fingerspitzengefühl für die hochwertige Ware passend inszeniert und durchgeführt werden

einmal vor, Sie haben hochwertige oder gar exklusive Ware und die Darstellung in der Werbung schreit geradezu nach billig. Wir kooperieren mit einer auf die Thematik spezialisierten Werbeagentur. Somit bringen wir es auf den Punkt und erzielen gemeinsam mit unseren Kunden das Maximum aus jedem Aktionsverkauf.

Lohnt sich der Einsatz eines Profis?

Ganz sicher. Zwischen ein- und zweimal pro Jahr können Sie eine Verkaufsaktion an den Start bringen, ohne von den Kunden nachher in eine Billigschublade gesteckt zu werden. Ein weiterer wichtiger Vorteil ist, dass man damit neue Kunden gewinnt – sofern die

Aktion auch professionell durchgeführt wird. Eine Sonderverkaufsaktion ermöglicht, innerhalb von zwei bis vier Wochen dringend benötigtes Kapital zu bilden und Altlagerbestände abzubauen. Ein Beispiel: Ein Juwelier aus Friedberg hat mit uns einen Sonderverkauf wegen Umbaus durchgeführt. Das Ergebnis: Er hat seinen Umsatz in den drei Wochen vor dem Umbau fast vervierfacht und zudem einige alte „Schätzchen“ verkaufen können. Bei einem Räumungsverkauf wegen Geschäftsaufgabe sollte mindestens der halbe Jahresumsatz drin sein. Im Schnitt erreichen wir acht Monatsumsätze, nicht selten sogar einen Jahresumsatz. Axel Henselder ■ www.schmidt-aktionsverkauf.de