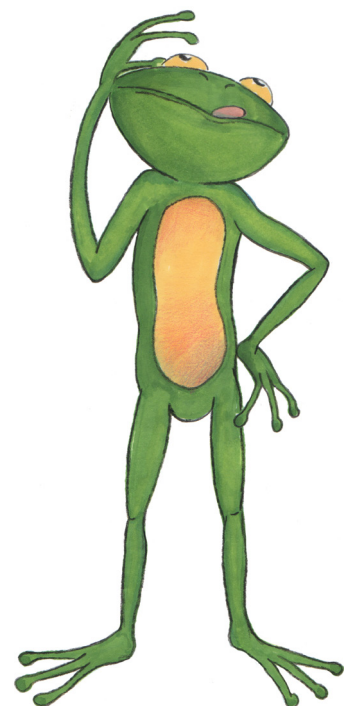


Digitalisierung



TEXT Erika Jüsi ILLUSTRATIONEN Mark Sasvary

Die Sehnsucht des Kunden in Zeiten des Internets

Unser Einkaufsverhalten hat sich mit dem Internet drastisch verändert – und mit ihm auch unsere Kundschaft. Aber wer sind sie, die neuen Kundinnen und Kunden? Wie ticken sie?

Früher hat sich schöne Floristik herumgesprochen und dank dieser Mund-zu-Mund-Propaganda ist man zu mehr Kunden gekommen. Das Prinzip funktioniert auch heute noch – nur braucht es unterdessen mehr als nur gutes Handwerk und das Weitersagen geschieht oft online.

Ganz schön verwöhnt

Die Digital Natives, diejenigen also, die eine Welt ohne Internet nur noch vom Hörensagen kennen, kommunizieren primär digital mit der Welt. Sie chatten, verabreden sich, teilen Amüsantes und informieren sich durch Swipen und Antippen ihres Handy-Bildschirms. Aber die Grenze vom Offline- zum Online-Kunden verschwimmt zunehmend. Auch ältere Generationen buchen heute Reisen online, vergleichen Preise und kaufen auf Amazon ein, wo unzählige Produkte miteinander verglichen werden können. Sie lesen vor dem Auslösen einer Bestellung die Bewertungen, tätigen Bestellungen per

Mausklick vom Sofa, vom Tram oder vom Hundespaziergang aus – komplett unverbindlich. Was nicht passt oder gefällt, wird kommentarlos retourniert, das Geld wird zurückgebucht. Grosse Auswahl, schnell, günstig und komfortabel, das nennt man Amazonisierung der Kundschaft. Diese Entwicklung ist Realität, ob uns das gefällt oder nicht, und vermutlich profitieren auch wir davon, zumindest manchmal.

Der Vorteil unserer Branche

Die Kunden von heute sind anspruchsvoller, besser informiert, verwöhnter. Sie wollen umgarnt werden, der Einkauf muss sich

lohnen; es wird nicht mehr bei irgendwem eingekauft. Wie können wir da noch mithalten? Wollen wir das überhaupt? Müssen wir das? Ja, ja und ja. Denn ohne Kunden kein Geschäft.

Die gute Nachricht ist, dass der Blumenladen mit seinen echten, blühenden, duftenden Blumen einen grossen Vorteil hat. Denn Blumen sind sinnlich. Blumenkaufen ist ein wohltuendes Erlebnis – in einer abstrakten, immer digitaleren Welt mit einem schier unendlich grossen Angebot erst recht. Als Gegenteil zu Digitalisierung und Globalisierung macht sich nämlich eine Sehnsucht nach dem Natürlichen, dem Per-

KundInnen von heute sind:

- verwöhnt
- anspruchsvoll
- informiert
- überfordert

Sie erwarten:

- einen Rundumservice
- Individualität
- ein Käuferlebnis
- Herz und Leidenschaft

sönlichen und dem Anfassbaren breit. Das kommt uns entgegen. Die Kunden möchten an der Hand genommen werden und sich um nichts kümmern müssen. Sie wollen individualisierte Produkte, ja keine Massenware, am liebsten aus der Region. Oft ist Selbermachen ein Thema, vielleicht ist die Kundin an einem Kurs interessiert oder möchte zuschauen.

Es sind Emotionen gefragt anstatt noch mehr Produkte und Rabatte. Da kommt der schöne Blumenladen in der Nachbarschaft gerade recht.

Mehr als Blumen

Wahrscheinlich hat die Kundin, wenn Sie bei Ihnen im Laden steht, bereits vorher einen Blick in Ihr blühendes, duftendes Refugium geworfen – online. Sie hat Sie auf Instagram gesucht, Ihre Website besucht und Sie vielleicht vorab elektronisch kontaktiert. Oder zumindest auf Google unter «Blumen» Ihre Adresse gefunden.

Wenn Sie ihr nun in einem anregenden Ambiente den passenden Strauss für den

Freund im Spital oder den Geburtstag der Mutter binden, während sie in Ruhe eine Tasse Kaffee trinkt, wird sie sich daran erinnern. Wenn sie dabei auch noch Wissenswertes oder Amüsantes über die Blumen erfährt, die sie gerade kauft, und die perfekte Vase zu ihrem Strauss vorgeschlagen bekommt, wird sie den Blumenladen ihrer Wahl bestimmt auf Instagram liken – sofern der denn auf Instagram ist. Die junge Kundin ist es bestimmt. Und mit jeder Geste Ihrerseits, mit jedem Zusatznutzen, den Sie bieten, wird sie zudem eher bereit sein, einen fairen Preis zu zahlen. Schliesslich erhält sie so viel mehr für ihr Geld als nur Blumen.

Das Wechselspiel verstehen

Wer es schafft, seine sehr reale, duftende, blühende Präsenz in die digitale Welt zu tragen, wer das Wechselspiel von analog und digital versteht und für sich nutzt, nimmt eine noch nie dagewesene Möglichkeit wahr, im Gedächtnis seiner Kunden zu bleiben, den Kontakt mit ihnen zu pflegen und sie an sich zu binden.

Wer hingegen heute im Internet nicht präsent ist oder eine veraltete, unattraktive Website betreibt, existiert für viele schlicht nicht mehr. Die dadurch verpassten potenziellen Kunden und Kundinnen werden unterdessen immer zahlreicher.

Versuchen Sie also, Ihre Kundschaft mit Herz und Leidenschaft zu gewinnen und ihr ein Einkaufserlebnis zu bieten. Sie wird es Ihnen danken. Sie wird Ihnen nach dem Besuch auf Instagram folgen und sich für die Geschichten rund um ihren Lieblingsblumenladen interessieren – und diese teilen. So funktioniert Weitersagen heute. ☺

Was macht den Einkauf zum Erlebnis? (die Liste ist unvollständig):

- Nachfragen
- Zuhören
- Verstehen
- Entscheidungshilfe
- Ambiente
- Musik
- Persönlichkeit
- Kaffee
- Anekdoten
- Wissen
- Unterstützung
- Beratung
- Tipps
- Vorschläge
- Erklärungen
- Entgegenkommen

TIPP

Berufsmitglieder-Event 5. Juni 2019, 15.45 – 20 Uhr, Zürcher Blumenmarkt, Wangen

Die Veranstaltung widmet sich in vier Workshops den sozialen Medien, mit Themen wie «Umgang mit Social Media», «Fotografie» und «Videos».

Preis: CHF 50.00

Details und Anmeldung:



Unternehmerforum 2019 Anfang September

Tagung mit Vorträgen und Podiumsdiskussionen zum Thema Digitalisierung.

Details und Anmeldung demnächst auf > florist.ch

TIPP

Im nächsten Teil unserer Serie bieten wir UnternehmerInnen Starthilfe, wie sie das Thema der Digitalisierung angehen können.

