

Nutzen Sie Schütten konsequent als Verkaufshilfen



Wir publizieren an dieser Stelle Leser-Fragen zum Thema Verkauf im Salon, die Verkaufstrainer Oliver Schumacher exklusiv beantwortet.

„Ein Vertreter meinte, wir könnten mithilfe einer Schütte unseren Abverkauf gut steigern. Doch wie setze ich eine solche Schütte am besten ein?“

Kunden gehen häufig recht blind durch den Friseursalon. Sie sehen sich von sich aus nur sehr selten das Verkaufsregal an, um etwas zu kaufen. Mit einer Schütte, also einem speziellen Aktionskorb, soll die Aufmerksamkeit des Kunden auf ein besonderes Angebot gelenkt werden, um ihn zu einem Impulskauf zu animieren. Außerdem sollen Kunden, die das mit der Schütte beworbene Produkt eh schon kaufen, davon mehr kaufen.

Erfolgsregeln für den Schüttenverkauf

Um erfolgreich mit der Schütte arbeiten zu können, sollten Sie diese Regeln beachten:

□ Stellen Sie die Schütte nicht versteckt in irgendeine Ecke, sondern möglichst in die Nähe Ihrer Kasse. Sie darf durchaus auch ein wenig dem Kunden im Wege stehen – schließlich soll er ja darauf aufmerksam ge-

macht werden.

□ Hüten Sie sich davor, Ihre wertvolle Schütte mit Ramschartikeln (wie beispielsweise alte Verkaufsprodukte für drei Euro) zu entwerten. In die Schütte gehören gute Produkte, die bei Ihnen im Hause bereits jetzt schon gut laufen oder aber mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit bei anderen Friseuren attraktive Absätze realisieren.

□ Schütte bedeutet, dass hier nicht vorsichtig und schön ein paar Döschen platziert werden, sondern dass diese mit einem guten Artikel wirklich vollgeschüttet sind.

□ Sorgen Sie dafür, dass der Inhalt der Schütte beispielsweise alle vier oder sechs Wochen mit einem anderen Aktionsartikel ausgetauscht wird, um dem Kunden jeweils bei jedem Besuch mit einem anderen verlockenden Angebot zu konfrontieren.

□ Achten Sie darauf, dass es ein aufmerksamkeitsstarkes Hinweisschild gibt, das Ihren Kunden auf diese Aktion aufmerksam macht und seinen Mehrwert verdeutlicht. Beispielsweise „Nimm 2 und spar dabei!“ oder „33 % mehr Inhalt zum gleichen Preis!“ oder „Statt 17,99 Euro nur 12,99 Euro!“. Solche Hinweisschilder in kleiner Ausführung dürfen auch an den Bedienungsplätzen stehen.

□ Leben Sie diese Aktion, indem Sie mit dem jeweils aktuellen Aktionsartikel auch im Salon verstärkt arbeiten, so dass Ihr

Kunde mit diesen Produkten bewusst in Kontakt kommt.

□ Weisen Sie Ihre Kunden darauf hin, dass es speziell jetzt eine tolle Aktion mit diesem Produkt gibt. Das heißt: Reden Sie mit dem Kunden über diese lohnende Aktion!

Von Supermärkten lernen

Lernen Sie von den Supermärkten: Schauen Sie sich an, wie diese ihre Aktionen platzieren und bewerben: Es sind gewöhnlich immer gängige und bekannte Artikel mit irgendeinem tollen Vorteil. Das sind viele Endverbraucher gewohnt und darum werden so manche solche Schnäppchen auch bei Ihnen zu schätzen wissen. Machen Sie sich am besten einen Plan, welche Artikel Sie gezielt in den nächsten Monaten mithilfe einer Schütte verstärkt abverkaufen wollen. Führen Sie eine Statistik, sodass Sie genau wissen, welche Artikel bei Ihnen „Renner“ und welche „Penner“ sind. Arbeiten Sie an dieser Liste über die nächsten Monate und Jahre, sodass Sie irgendwann mit höchster Wahrscheinlichkeit Ihren Kunden nur noch „Renner“ anbieten.

Oliver Schumacher ist Verkaufstrainer, Fachbuchautor und Berater für bessere Verkaufsergebnisse. Kontakt: www.verkaufsergebnisse.de bzw. Tel. 0591 / 6104416.