

Probleme der Fachhändler und Dienstleister

Einfache Antworten auf alltägliche Fragen

Kleinen und mittelständischen IT-Händlern gehen heutzutage die Sorgen nicht aus: Konkurrenz von großen Elektromärkten, Beratungsdiebstahl der Kunden und unzureichend geschulte Mitarbeiter sind nur einige Beispiele. Eine Reihe von Experten sagt, wie sie Probleme aus dem Geschäftsalltag lösen können.

Top-Thema: Tipps für den Alltag von Fachhändlern

Einfache Antworten auf alltägliche Fragen - Experten geben Tipps, wie Probleme aus dem Geschäftsalltag zu lösen sind (S. 12)

Pflichtangaben in geschäftlichen E-Mails - Mustervorlagen für verschiedene Rechtsformen (S. 16)

100.000 profitable Business-Tipps - Was der Querschläger von Angeboten, Mailings und Ratschlägen hält (S. 38)



Gute, neue Ideen entwickeln

„Für mein Computergeschäft möchte ich ein neues Konzept entwerfen. Erste Ideen habe ich bereits. Mir fehlen zu deren Ausarbeitung im Tagesgeschäft aber die nötige Ruhe und Zeit. Deshalb schiebe ich mein Vorhaben seit Monaten vor mir her. Was soll ich tun?“

„Wenn Sie etwas wirklich Neues entwickeln möchten, dann sollten Sie sich aus dem Alltagsgeschäft zurückziehen. Am besten begeben Sie sich an einen ruhigen Ort, fernab der täglichen Routine und des täglichen Stresses. Mieten Sie sich zum Beispiel in eine Ferienwohnung ein. Denn ‚unter Strom‘ kann man keine gute Ideen und Problemlösungen entwickeln. Man reproduziert nur das Alte.

Deshalb ziehen sich auch die Spitzenmanager von Konzernen zum Entwickeln neuer Strategien in abgelegene Hotels oder gar Klöster zurück. Denn fern vom Alltagsstress und innerlich entspannt nehmen sie Dinge anders wahr. Diese Erfahrung können Sie auch im Alltag sammeln. Hierfür ein Beispiel: Oft laufen wir jahrelang denselben Weg - beispielsweise zur Arbeit. Alles scheint uns wohlvertraut. Doch dann



Klaus Kissel, Geschäftsführer des Instituts für Salesmanagement (ifsm) in Urbar

kommt Besuch, und wir gehen mit ihm denselben Weg spazieren. Und plötzlich fallen uns viele Kleinigkeiten auf. Zum Beispiel, dass in einem Vorgarten schöne Blumen stehen oder dass eine Hausfassade tolle Ornamente zieren. Dinge, die wir zuvor jahrelang nicht sahen.

Wenn Sie versuchen, das neue Konzept mitten im Alltagsstress auszuarbeiten, dann wird dies nie wohlgedacht sein. Das rächt sich bei der Umsetzung. Deshalb mein Tipp: Nehmen Sie sich eine Auszeit. Ziehen Sie sich zwei, drei Tage an einen ruhigen Ort zurück. Dann können Sie Ihre Ideen ungestört ausarbeiten. Die investierte Zeit sparen Sie beim Umsetzen zig Mal wieder ein.“

Gegen die Konkurrenz behaupten

„Vor drei Monaten eröffnete in meiner Nachbarschaft ein Elektronikmarkt, der sehr stark für sich wirbt und frequentiert wird. Seitdem kommen in mein PC-Geschäft weniger Kunden. Wie komme ich jetzt an neue Kunden?“

„Jammern bringt nichts! Freuen Sie sich doch über Ihren Wettbewerber. Denn durch dessen massive Werbung kommen mehr Personen an Ihrem Geschäft vorbei - sei es zu Fuß oder mit dem Auto.



Klaus Kissel,
Geschäftsführer des
Instituts für Sales-
management (ifsm)
in Urbar

Versuchen Sie einen Teil dieser potenziellen Kunden abzufangen, indem Sie Ihren Außenauftritt verstärken - zum Beispiel, indem Sie mehr Transparente aufhängen und mehr Verkaufsaktionen fahren.

Stellen Sie, sofern möglich, zum Beispiel Straßenstopper auf den Gehweg vor Ihr Geschäft mit animierenden Aufschriften wie '.Netzwerkspeicher einrichten: Daten überall im Haus verfügbar machen - Fachberatung gratis'. Oder: '.Externe Festplatte kaufen & 1 USB-Stick gratis'. Oder: '.Professionell drucken & sparen'. Benutzen Sie hierfür knallgelbe Schilder. Denn diese Farbe weckt die Aufmerksamkeit der Passanten und signalisiert ihnen zugleich: kostengünstig.

Sind die Leute erst einmal in Ihrem Laden, überzeugen Sie diese durch Ihren Service. Beraten Sie die (Neu-)Kunden möglichst professionell und individuell, etwa zum Thema Datensicherheit oder Druckkosten sparen. Ihre Botschaft muss lauten: Wir sind nicht nur ‚preis-wert‘, wir sind zudem ein Fachgeschäft. Dann ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass es Ihnen gelingt, mit der Zeit Personen, die ursprünglich auf dem Weg zum Elektronikmarkt waren, für sich als Kunden zu gewinnen."