

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

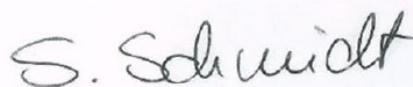
endlich ist es soweit: Das Wintergrau liegt zum größten Teil hinter uns, und wir starten mit viel Elan in eine neue Parfümerie-Saison – mit neuen Düften, neuen Farben und einer neuen Ausrichtung der Parfümerietagung, die am 9. und 10. April in Düsseldorf stattfinden wird. Die Veranstalter haben dazu ein neues Konzept auf die Beine gestellt: Zusätzlich zu den hochkarätigen Referenten gibt es diesmal auch eine umfangreiche Begleitausstellung, bei der sich Nischenmarken aus dem In- und Ausland vorstellen werden. Außerdem wird es eine echte Duftpremiere geben. Welche Teilnehmer bis jetzt feststehen, finden Sie in unserem Vorbericht.

Eine Never-ending-Story ist das Thema E-Commerce, das wir einmal mehr in dieser Ausgabe aufgreifen wollen. Fachautorin Sandra Schubert hat für Sie Tipps zusammengestellt, wie man in Zeiten von Social Media Kunden gewinnen und (wieder) ins Geschäft bringen kann.

Einen großen Beitrag haben wir diesmal dem Thema Augenkosmetik gewidmet, das bei vielen Kundinnen doch ein Schattendasein führt. Annette Rubin gibt einen Überblick über die kosmetische Forschung und weitere Möglichkeiten, mit denen man den ungewünschten Augenfältchen entgegenwirken kann.

Last but not least möchte ich Sie auf die Tipps von Verkaufsprofi Manuela Jaser hinweisen, die sich in dieser Ausgabe um Duftneuheiten und -klassiker kümmert. Wir wollten von ihr wissen, wie man beide ideal in der Parfümerie präsentiert und so der Kundin zum perfekten, die Persönlichkeit unterstreichenden Duft verhilft.

Viel Freude beim Lesen dieser Ausgabe wünscht Ihnen herzlichst,



SUSANNE SCHMIDT
Chefredakteurin Parfümerie



24

KUNDENGEWINNUNG IM DIGITALEN ZEITALTER

Mit den Tipps von Sandra Schubert
bringen Sie Kunden ins Geschäft.



Erfolg

KUNDEN- GEWINNUNG IM DIGITALEN ZEITALTER

Verkaufsprofi Sandra Schubert hat für Sie sechs Tipps, wie man in Zeiten von Google und Social Media neue Kunden gewinnt und ins Geschäft bringt.

Parfümerie_Verkaufsprofi Sandra Schubert über Kundengewinnung im digitalen Zeitalter

Nr.03 vom 01.03.2018



Erfolg



SEMINAR

Sandra Schubert bietet gemeinsam mit Thomas Federkiel ein Seminar zum Thema 'Kundengewinnung im digitalen Zeitalter' an. Nähere Information in der Rubrik 'Szene', S. 11, in dieser Ausgabe.

Der Megatrend Digitalisierung verändert den Vertrieb und stellt neue Anforderungen an den Verkäufer. Produktinformationen? Die hat sich der Kunde längst übers Internet besorgt. Dort allerdings erwartet ihn oft ein Informationsdickicht. Der Kunde braucht deshalb eine schnelle und kompetente Beratung auf Augenhöhe. Keine Angst also vor gut informierten Kunden! Im Beratungs- und Verkaufsgespräch zählen die Kompetenz und die Persönlichkeit des Verkäufers mehr denn je. Gerade im digitalen Zeitalter des Verkaufs 4.0 wird von Mensch zu Mensch verkauft! Folgende sechs Tipps sind hilfreich für die Kundengewinnung im digitalen Zeitalter:

1. SEI SICHTBAR

Sorgen Sie für eine gute Auffindbarkeit der Online-Angebote durch SEO, Social Media, Blogs, YouTube und Co.

2. KENNE DEINEN ZIELKUNDEN

Die Inhalte Ihrer Onlineangebote sollten genau auf ein 'Persona-Profil' zugeschnitten sein. Je genauer Sie die Wünsche und 'Schmerzen' Ihrer Kunden kennen, umso genauer können Sie darauf Antworten geben.

3. SEI WERTVOLL

Auf Basis der Bedürfnisse des Zielkunden gilt es, gute Inhalte zur Verfügung zu stellen. Im Rahmen von Content Marketing oder Lead Nurturing werden Informationen gegen die Kontaktdaten des Kunden 'getauscht'! So wird aus einem unbekanntem Interessenten ein qualifizierter Lead.

4. VOM LEAD ZUM KUNDEN

Lead Nurturing bedeutet wortwörtlich „den Kontakt füttern“, den Kunden also mit Infohappen zur Kaufreife heranzuführen. Es geht darum, den Lead über einen festzulegenden Zeitraum zu 'bepaßeln', um so immer mehr Vertrauen

aufzubauen und Kaufinteresse zu wecken.

5. LASS DEN KUNDEN KAUFEN

Wenn die Kaufmotivation am höchsten ist, bieten Sie ein interessantes Einstiegsprodukt ohne große Kaufhürde (teurer Preis) an. So testen Sie, wie 'reif' Ihr Lead ist und machen aus einem Hot-Lead einen Kunden.

6. DER MENSCH BLEIBT IM MITTELPUNKT

Bei vielen Produkten oder Dienstleistungen macht der persönliche Kontakt zum Kunden Sinn. Auf Basis der bereits gesammelten Informationen sollte der Verkauf den Lead kontaktieren und im persönlichen Dialog die wirklichen Bedürfnisse herausfinden. Der Prozess vom Lead zum Kunden wird so enorm beschleunigt und kein Kunde geht verloren.



SANDRA SCHUBERT

genannt 'die Schubs', ist eine erfahrene und leidenschaftliche Verkäuferin. Mit ihrer Firma Schubs Vertriebskonzepte ist sie in vielen Branchen zu Hause und 'schubst' namhafte Markenunternehmen und dynamische Mittelständler mit viel Humor und großer Begeisterung zum Verkaufserfolg. Als Expertin für Motivation und Positive Psychologie im Verkauf regt die Verkaufsexpertin und zertifizierte Keynote-Speakerin im Rahmen ihrer Vorträge und Seminare an, entwickelt Ideen und vermittelt Zusammenhänge mit Kompetenz, Witz und Spaß an der Sache. Weitere Informationen zur Methode Happy Sales, öffentlichen Auftritten oder individuellen Firmenvorträgen/-seminaren unter www.schubs.com

Parfümerie_Verkaufsprofi Sandra Schubert über Kundengewinnung im digitalen Zeitalter

Nr.03 vom 01.03.2018