

Der Kunde ist König

Kaufen wandelt sich vom „Versorgen“ zum „Kauferlebnis“



Von **Ralf Schanze** am **14.01.2020**

Marketing Promotion



An dem von Medienflächen umgebenen Collagentisch können in den Fliesen-Ausstellungen der Zukunft die Produkte on- und offline ausgesucht werden. Foto: EUF/ altmayer marketing

Den Kunden in den Mittelpunkt der Unternehmensaktivitäten zu stellen ist nicht neu, aber ratsam. Immer wieder neu ist jedoch das Kundenverhalten, denn es ist in stetem Wandel, geprägt durch die Veränderungen der Lebenssituation in der der Kunde sich befindet sowie durch den sich veränderten „Zeitgeist“ und Trends im allgemeinen Konsumverhalten.

Übertragen wir diese Erfahrung auf unsere Fliesenbranche und hier speziell auf die Verkaufsstrukturen. So ist es nicht vermessen zu konstatieren, wir sind auf einer Insel, die von Veränderungen verschont wurde. Wir leben in einer Zeit, die geprägt ist durch allgemeinen Wohlstand, überbordende Produktvielfalt, einer schier grenzenlosen Kommunikation sowie einer Informations- Produkt- und Preistransparenz. Kaufen wandelt sich vom „Versorgen“ zum „Käuferlebnis“.

Dass Veränderungen über eine Branche hereinbrechen können und diese komplett verändern, zeigt ein Blick auf den Verkauf in der Autobranche. Die Digitalisierung ist hier angekommen durch den „Autokonfigurator“, durch Angebots-Portale. Es entstehen neue Ausstellungskonzepte, die nicht primär auf das Produkt, sondern auf den Kunden, dessen Wünsche, den Service, das Erlebnis ausgerichtet sind. „Mercedes me store“ etwa, aber auch ähnliche Ausstellungen anderer bekannter Marken, folgen diesem Trend. Sie werden dort gebaut, wo die Kunden sind. Nicht in Industriegebieten, sondern in den Innenstädten, Flughäfen. Dort wo „König Kunde“ ist. (<https://www.mercedes-benz-hamburg-luebeck.de/de/desktop/about-us/locations/mercedes-me-store.html>)



Blick in die Fliesen-Ausstellung der Zukunft: an einer Medienwand werden atmosphärische Bilder und Themen gezeigt, Referenzfotos und/ oder Werbung des Händlers. Eine Bar dient als Empfang sowie für Gespräche und bietet mit mobiler Technik den Zugriff auf die Medienfläche.

Gibt es bald den „City Fliesen Shop“?

Wir haben in unserer Branche sehr gute Hersteller, Fliesenverlegeunternehmen, Fachhändler und den Endverbraucher ansprechende Marketinginitiativen. Es ist an der Zeit etwas zu wagen und voran zu gehen. Etwa mit der Idee eines „City Fliesen Shops“.

Einwilligung widerrufen

Einen „Fliesen me store“ in Fußgängerzonen zu bauen, dort wo die Kunden sind. In Kombination zu den bestehenden logistischen Strukturen des Großhandels an dessen Hauptsitz.

Im „City Shop“ erfolgt die Kundenansprache als „Kundenerlebnis“ in einem Boutique artigen Ambiente. Einer Mischung aus realem und digitalen Produkterlebnis. In unserer Studie „Ausstellung 2020“ sowie „Fliesenbranche 2025“ haben wir hierzu detaillierte Konzepte erarbeitet. Lassen Sie uns auch in unserer Branche den Aufbruch proaktiv gestalten.

Werner Altmayer

teilen

twittern

mitteilen

teilen

E-Mail

drucken



aktuell

altmayer marketing

Marketing

Promotion

Diese Website verwendet Akismet, um Spam zu reduzieren. Erfahre mehr darüber, wie deine Kommentardaten verarbeitet werden.

© 2019 - www.1200grad. All Rights Reserved.

© IMPRESSUM



DATENSCHUTZ



E-MAIL

Einwilligung widerrufen