

WEGE INS ERFOLG-REICH

Differenziere oder stirb

Wie sich Ihr Möbelhaus erfolgreich abheben kann

Eine Serie für Ihren Erfolg. Experten-Tipps von Mag. Gabriel Schandl, CSP, CMC



„Der Schlüssel liegt in den Menschen. Ihr Personal ist Ihr größtes Differenzierungsmerkmal. Persönlicher Service ist das, was Kunden begeistert und sie zu Botschaftern Ihrer Marke macht.“

*Gabriel Schandl,
Seminarleiter, Speaker & Coach*

Warum betreten Kunden überhaupt noch ein Geschäft, wenn sie fast alles bequem online bestellen können?

Ganz einfach: Weil sie eine persönliche Beratung erwarten, weil sie Produkte anfassen, ausprobieren und ein Gefühl dafür bekommen wollen – egal ob es sich um ein Möbelstück, eine Lampe oder eine Couch handelt. Der stationäre Handel hat gegenüber dem Online-Shopping einen entscheidenden Vorteil: Er kann ein einzigartiges Kundenerlebnis schaffen. Doch viele Geschäfte lassen diese Chance ungenutzt.

DIE VERPASSTE CHANCE IM MÖBELHANDEL

Vor Kurzem suchte ich in einem Möbelhaus nach passenden Lampen für mein Zuhause. In einigen Räumen hingen immer noch provisorische Baustellenlichter, und ich wollte endlich eine schöne Beleuchtung. Obwohl kein Verkäufer Zeit für mich hatte, fand ich die passenden Exemplare. Das Entscheidende für mich war: Ich konnte sehen, wie das Licht an der Wand wirkt. Genau das kann mir keine Website bieten. Doch stellen Sie sich vor, ein Verkäufer hätte sich aktiv um mich gekümmert – ich wäre bereit gewesen, noch mehr zu kaufen! Vielleicht weitere Lampen für andere Räume oder passende Wohnaccessoires. Leider wurde diese Gelegenheit nicht genutzt.

WIE GUT IST IHR VERKAUFSTEAM WIRKLICH?

Ich bin ein großer Fan von Verkäufern – aber nur, wenn sie ihr Handwerk verstehen. Leider sind das die wenigsten. Genau deshalb trainiere ich Verkaufsteams! Wenn ich für Unternehmen Verkaufsschulungen

durchführe, starten wir oft mit einer „Mystery-Shopping“-Phase. Ich werde zum Kunden, analysiere den Verkaufsprozess und erstelle eine Stärken-Schwächen-Analyse. Dabei geht es nicht darum, Fehler aufzuzeigen, sondern ungenutzte Potenziale zu entdecken. Diese werden im darauf folgenden Seminar aufgezeigt und sofort trainiert. So arbeiten wir mit der Praxis der Teams. Und machen sie besser.

Konkrete Beispiel? Ein großes Problem ist oft der Abschluss: Viele Verkäufer sprechen zu lange, obwohl der Kunde längst kaufbereit wäre. Oder sie verpassen Zusatzverkäufe. Ein Kunde kauft einen Esstisch? Dann könnte er auch passende Stühle oder eine Tischdecke benötigen! Doch zu oft fehlen den Verkäufern die richtigen Tools und das KnowHow, um Kunden optimal zu beraten und Zusatzverkäufe zu generieren.

DIE MACHT DER DIFFERENZIERUNG

Der Titel dieses Artikels basiert auf einem berühmten Zitat von Jack Trout, einem der renommiertesten Marketingstrategen: „Differentiate or die“ – Differenzieren oder sterben. Trout argumentierte, dass Unternehmen ohne klare Abgrenzung von der Konkurrenz langfristig nicht überleben.

Doch was bedeutet Differenzierung für ein Möbelhaus? Der Schlüssel liegt in den Menschen. Ihr Personal ist Ihr größtes Differenzierungsmerkmal. Wenn Kunden Ihr Geschäft betreten, zählt vor allem eins: Wie fühlen sie sich? Wie werden sie behandelt? Persönlicher Service ist das, was Kunden begeistert und sie zu Botschaftern Ihrer Marke macht. Selbst das beste Online-Marketing kann persönliche Empfehlungen nicht ersetzen. Und diese Empfehlungen entstehen nur, wenn die Erwartungen

der Kunden übertroffen werden. Das die Atmosphäre und das Warenangebot erstklassig sind, davon gehe ich aus.

WIE SIE IHR MÖBELHAUS EINZIGARTIG MACHEN

Wie können Sie sich also konkret differenzieren? Hier sind einige bewährte Ansätze:

- 01 Beratung auf höchstem Niveau: Schulen Sie Ihr Verkaufsteam regelmäßig. Es geht nicht nur um Produktwissen, sondern um aktives Zuhören, Bedürfnisse erkennen und Begeisterung wecken. Diese sogenannten Soft skills oder sozialen Kompetenzen machen den Unterschied. Einige Firmen unterstützen Ihre Mitarbeiter auch noch mit Teamtrainings oder Seminaren im Bereich Resilienz, Stress- und Zeitmanagement. Das macht sich im Lauf der Zeit mehr als bezahlt.
- 02 Erlebnisse statt einfach nur Einkaufen: Überlegen Sie, wie Sie den Besuch in Ihrem Möbelhaus zu einem Erlebnis machen. Interaktive Wohnraumplaner, Duftwelten, angenehme Beleuchtung oder ein Café mit Lounge-Bereich machen den Unterschied.
- 03 Überraschende Extras: Warum nicht den Kühlschrank eines Kunden, der eine neue Küche gekauft hat, mit frischen Lebensmitteln bestücken? Solche kleinen Gesten bleiben im Gedächtnis. Oder ein passendes Geschenk, z.B. aus Holz, zum Geburtstag oder Jubiläum? Einen Weinflaschenständer aus einem schönen Holzstück schmeißt man nicht

weg. Natürlich ist darauf dezent ihr Logo zu sehen.

- 04 Nachhaltige Kundenbindung: Wie sieht Ihr Service nach dem Kauf aus? Eine persönliche Nachricht, ein Anruf nach der Lieferung oder ein Rabatt für zukünftige Käufe – all das schafft Loyalität.
- 05 Online und Offline clever verbinden: Nutzen Sie digitale Tools, um den stationären Handel zu stärken. Online-Terminbuchungen, interaktive Produktkataloge und Social Media können Ihre Marke stärken. Immer noch (zu) wenige sind auf jungen Kanälen wie Instagram oder YouTube zu sehen. Ihre künftigen Käufer sind auf TikTok. Noch ist die Plattform bei uns erlaubt. Und wird von den Kids sehr gerne genutzt.

MENSCHLICHKEIT ALS ERFOLGSGARANT

In einer Welt, in der Technologie immer mehr an Bedeutung gewinnt, bleibt eines unverändert: Menschen wollen von Menschen kaufen – besonders, wenn es um größere Investitionen geht. Fragen Sie sich selbst: Was macht Ihr Möbelhaus einzigartig? Wie motiviert und kompetent ist Ihr Team? Ist es von „Leistungsglück“ geprägt oder herrscht eher Leistungsdruck?

Wenn Sie an weiteren Impulsen interessiert sind, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung. Ich wünsche Ihnen eine erfolgreiche Zeit voller Chancen!

Herzlich, Ihr Gabriel Schandl

Gabriel Schandl

Gabriel Schandl ist Wirtschaftswissenschaftler (Linz, Siena) und Leistungsforscher. Als leidenschaftlicher Keynote-Speaker und engagierter Coach unterstützt er Menschen, Unternehmen und Teams, ihr Bestes zu geben. Der Constantinus Kategorie Sieger ist Buchautor und wurde von der National Speakers Association mit dem CSP geehrt, dem „Certified Speaking Professional“, der höchsten Auszeichnung in der Redner-Branche. Das Magazin

„Erfolg“ zählt ihn zu den Top 100 Erfolgstrainern im deutschsprachigen Raum. Von ihm stammt der Begriff und das Konzept des „Leistungsglücks“, welches er in seinen Vorträgen weltweit eindrucksvoll darstellt.

KONTAKT:

Speaker GmbH | Mag. Gabriel Schandl
Fürstenallee 16f, A-5020 Salzburg
hello@gabrielschandl.com
www.gabrielschandl.com