

Analog Shopping 2.0

Collonil Academy

Workshop

11.11.2020

Vorstellung

- ❖ **Carsten Gövert**
- ❖ 07.07.1970 in MS
- ❖ Verheiratet, 2 Töchter (17/19)
- ❖ Münsterland u. Berlin
- ❖ Laufen, Oldtimer u. Natur (Ei)

- ❖ Mobilfunk – Telekom & Vodafone
- ❖ Filialleiter (32 Standorte)
- ❖ Trainer u. Coach Ausbildung
- ❖ Vertriebsleiter u. Prokurist

- ❖ Collonil 2013 (8. Jahr)
- ❖ **Leiter – Active & Academy**



Der Hintergrund u. Referenzen

- ❖ 111 Jahre Collonil Berlin = 111 Jahre Produktschulung
- ❖ **Handel** und Kaufverhalten der Konsumenten ändern sich rapide
- ❖ **2014** Start **Academy** als **markenunabhängiger Verkaufsoptimierer**
- ❖ **SABU**, **GEB**, **ANWR**, **Ringschuh (Premium)**, **KATAG** usw.
- ❖ Dozent **Wirtschaftskammer AT** & **Fachhochschule AT**
- ❖ **Europa**, **Ukraine**, **Russland** usw. - überall gleich „Online vs Offline“



1. Conversion Rate - wirtschaftliche Sicht

❖ Fachhandel – Besucher zu Kunden machen

1999: Vergleichszeitraum 1 Woche

500 Besucher – **Abschlußquote** = 400 kaufende Kunden

2019: Vergleichszeitraum 1 Woche

250 Besucher – **Abschlußquote** = 125 kaufende Kunden

80 %

50 %

1. Halbierung der Besucher ☹

2. Reduzierung Abschlußquote 80% auf 50% bei weniger Kunden ☹

❖ Was geht an Umsatz verloren ? gleiche Abschlußquote mit 80%

75 Kunden mit Durchschnitt 80 € pro Bon = 6.000 €/Woche

24.000 €/Monat und 288.000 €/Jahr

2. Online Entstehung

Klassisch

- ❖ Kaufmann oder Krämer
- ❖ Einzelhandel
- ❖ Fachgeschäfte
- ❖ Stationärer Handel
- ❖ Offline-Handel



e-commerce

- ❖ Web Shops 1995
- ❖ Internet Shops
- ❖ Online Shop



2. Online Entwicklung - Offline Entwicklung

„ON“-LINE

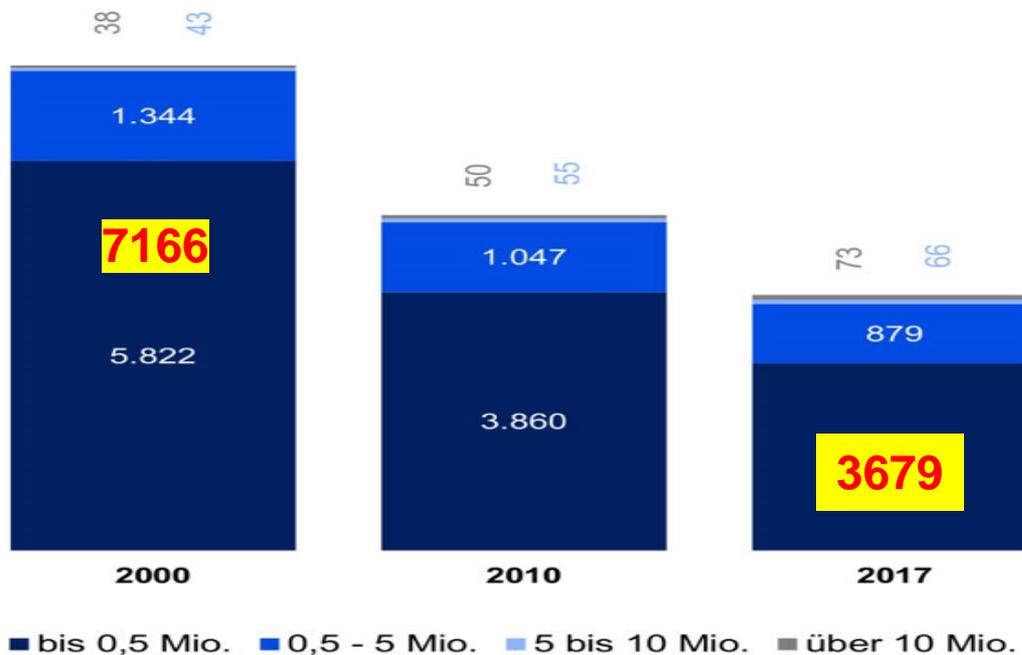


„OFF“-LINE



3. Offline Entwicklung - 50 % R.I.P.

Zahl der Unternehmen des Schuheinzelhandels nach Größenkategorien



Das wollen wir nicht !

4. Online Marktplayer



2008 gestartet

2010 mit 0,1 Mrd €

2011 mit 0,5 Mrd €

2012 mit 1,1 Mrd €

2013 mit 1,7 Mrd €

2014 mit 2,2 Mrd €

2015 mit 2,9 Mrd €

2016 mit 3,6 Mrd €

2017 mit 4,4 Mrd €

2018 mit 5,3 Mrd €

2019 mit 6,4 Mrd €

2020 ca. 7,5 Mrd €

*Gewinn

*Gewinn

*Gewinn

*Gewinn

*Gewinn

*Gewinn

*Wachstum >15 %



Brasilien, Russland, Südafrika, arabischen Halbinsel, Südostasien, Australien, Tengelmann (Kaiser, Tengelmann, OBI, KIK, Netto, TEDI,) 130 Millionen US-Dollar am russischen Zalando Ableger

5. Marktanteile Cyber Monday & Single Day

Kaufrausch am Tag des Singles

Warenwert/Umsatz an großen Online-Verkaufstagen
(in Mrd. US-Dollar)

■ Singles' Day (Alibaba)* ■ Thanksgiving-Wochenende (USA)**



* Gross Merchandise Value

** Schätzung für Thanksgiving Day, Black Friday, Cyber Monday

Quellen: Alibaba, comScore, Medienberichte



2019
1 Mrd. US \$
in 68 Sek.
10 Mrd \$ in
29.45 min

2019 Rekord
11.30 Uhr
32 Mrd. US \$
(30,8 \$ VJ gesamt)
38,4 Mrd US \$

2019 Rekord
JD.COM
ca 29 Mrd. US \$

2019 Rekord (24 h)
Zusammen 67 Mrd \$
VJ 53 Mrd. US \$

5. Online Single Day 11.11.2020 (47.7-30)



6. Stärken Fachhandel

- ❖ Inspiration (Assessors nicht abgestimmt nur Hinweis auf „andere Kunden haben auch gekauft“)
- ❖ Individualität (Problemlösung)
- ❖ Kunde im Mittelpunkt
- ❖ Wertschätzung
- ❖ Fachkompetenz der Verkäufer (Online allg. Info)
- ❖ Verkaufs-Wärme (Situation)
- ❖ Ansprechpartner „face to face“
- ❖ Stammkunden Bindung / offener Empfang
- ❖ Ansprache, Man(n) ist bekannt
- ❖ Gutes (Kauf-)Gefühl
- ❖ Nach dem Kauf ist vor dem Kauf – „Customer Key“
- ❖ Special Service – nicht alltäglich im (on-offline) Verkauf



7. Begrüßung

Die perfekte Begrüßung – Der Kunde als Freund

- ❖ Freundlichkeit
- ❖ Grußformel
- ❖ Deutliche Aussprache

8. Wahrnehmung verbal / nonverbal – fantastisch

% VERBAL VS. NON VERBAL



- KÖRPERSPRACHE 55%
- KLANG DER STIMME 38%
- WÖRTER 7%

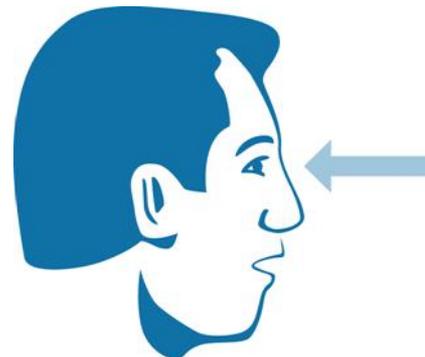
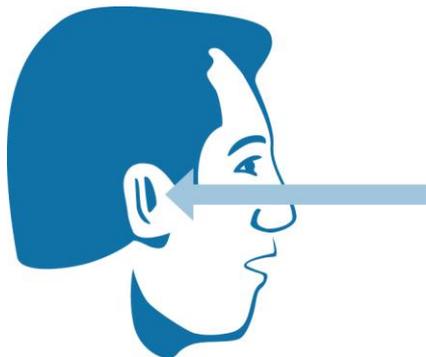


9. Bedarfsermittlung - Betreutes Kaufen

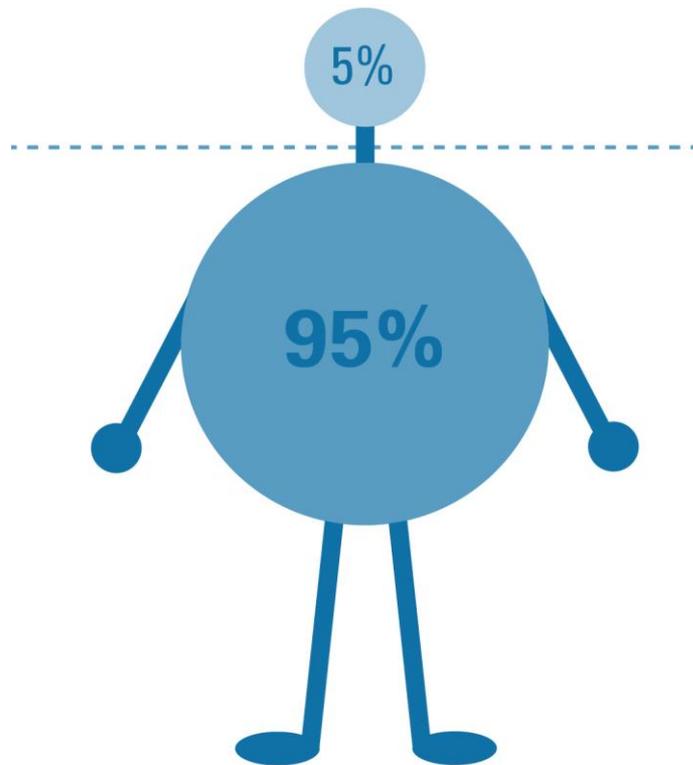
- ❖ Bedarfsermittlung ?
 - Wünsche erfüllen
- ❖ Voraussetzung Wunschermittlung
 - Aktives Zuhören / Verstehen (Sender u. Empfänger) usw.
- ❖ Verkaufen ist, dem Kunden dabei zu helfen, Entscheidungen zu treffen ...

10. Verkaufspsychologie

- ❖ 205070-90 ist keine Telefon-Nr.



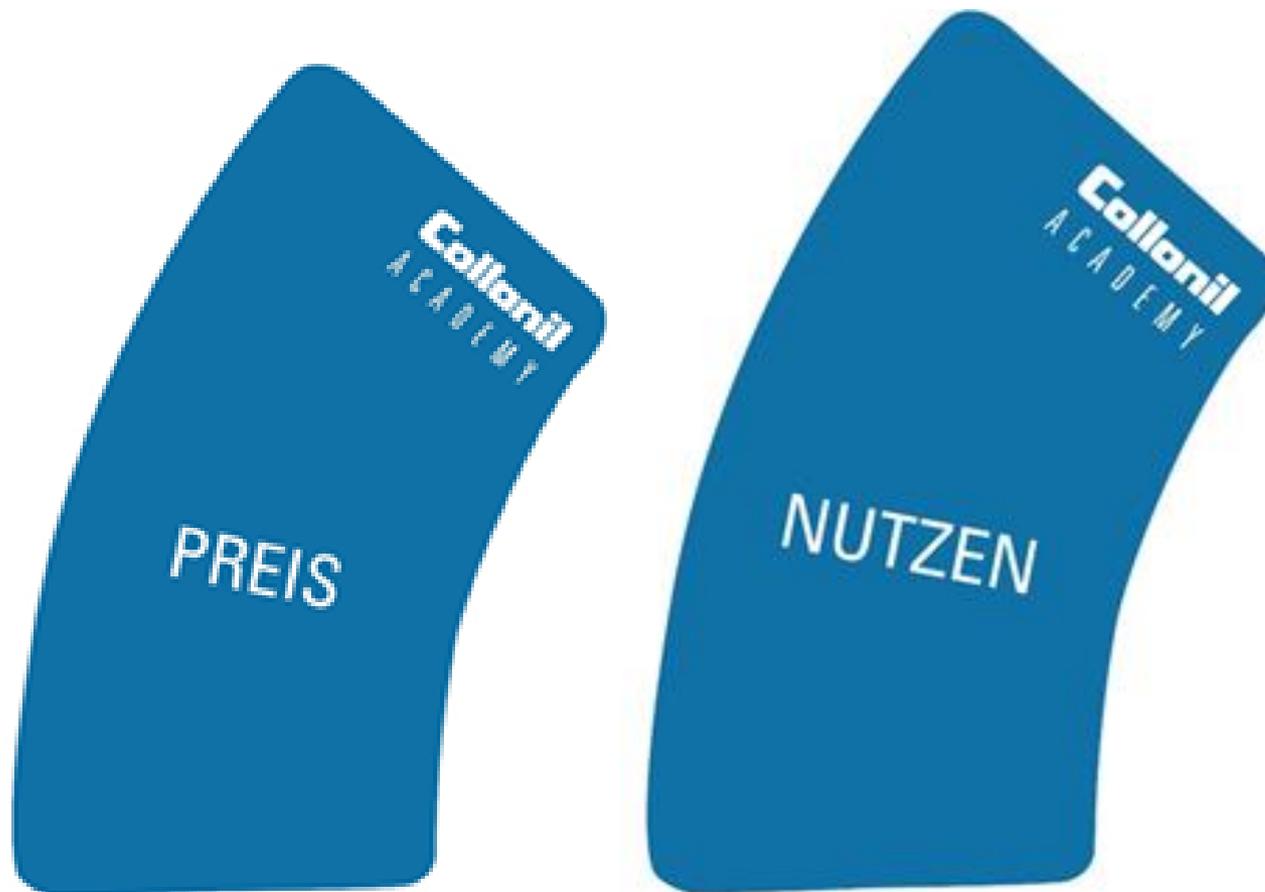
10. Verkaufspsychologie – Kopf oder Bauch %



Bauchentscheidung

- ❖ Glücksempfinden
- ❖ Gesundheit
- ❖ Sicherheit
- ❖ Komfort
- ❖ Image

11. Verkaufs-Tools für die Bauchentscheidung



12. Zusatzverkauf

Tankstelle & Co

- ❖ typischer Zusatzverkauf



Schuhfachgeschäft

- ❖ kein Zusatzverkauf sondern **Kompetenzverkauf**
- ❖ Lauf u. Kreativ Training – wo sind die passenden K-Artikel ?

13. Motivation – Was ist das ?

- ❖ Die Vorstellung bestimmt unser (Anti-) Verhalten



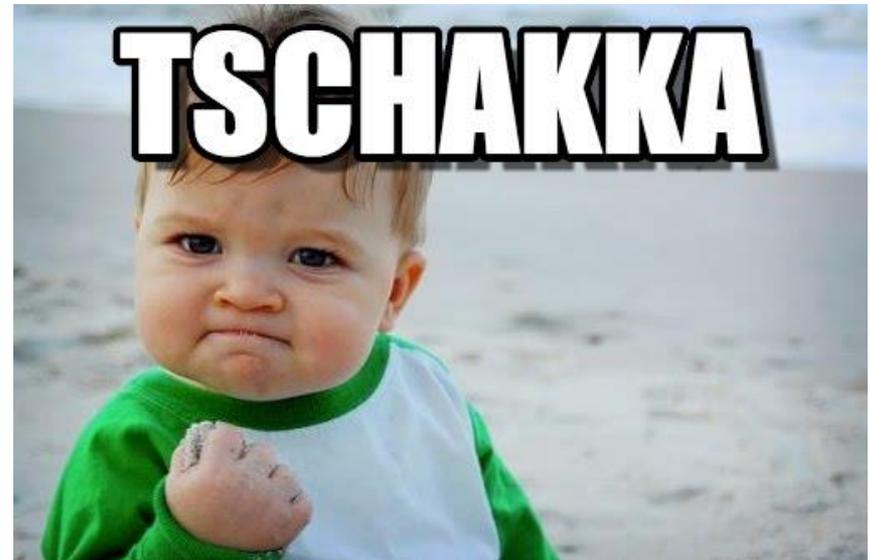
13. Motivation – Ausstrahlung

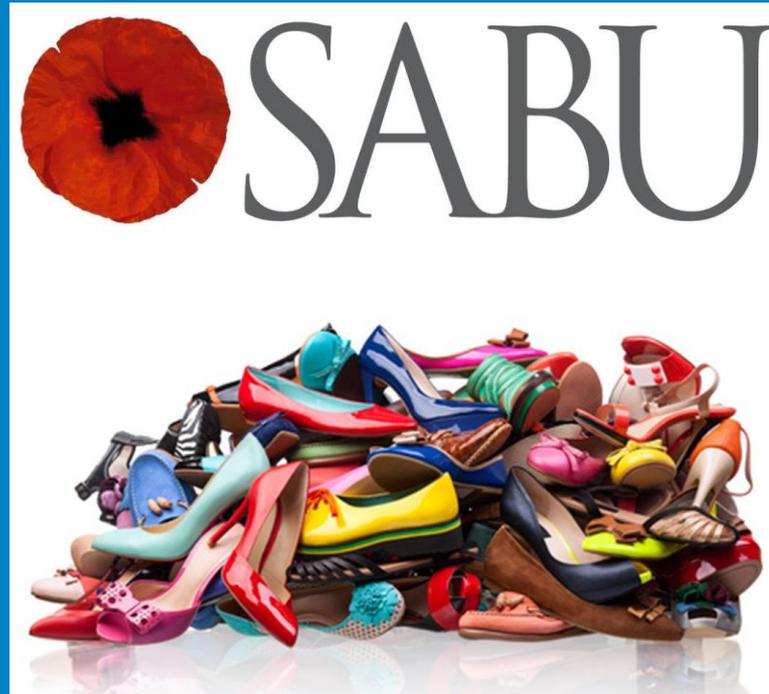
- ❖ Körperhaltung
- ❖ positiv Denken- Sympathie in 1 sec.
- ❖ Ausstrahlung verkauft u. steckt an
- ❖ Der **Kunde** will **nur** beim **Gewinner kaufen**



13. Motivation - ich

- ❖ Innere-Motivation
- ❖ Thermometer
- ❖ Alltagstrott
- ❖ Tschakka
- ❖ Selbstkritik
- ❖ Ziele
- ❖ Belohnung
- ❖ Infektion
- ❖ Investition
- ❖ Wettkampf





Vielen Dank !

Carsten Gövert

Collonil Academy

11.11.2020