

# KONTAKTLOSES, PERSÖNLICHES VERKAUFEN ABER WIE?

1A! DIGITAL



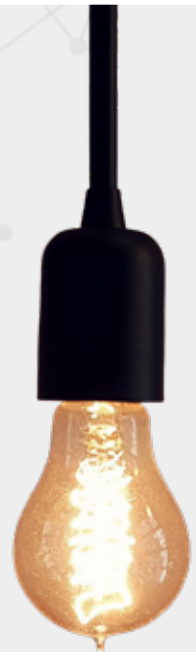
Vorreiter des sogenannten „kontaktlosen Verkaufs“ ist mit großem Abstand China. Als zu Beginn des Jahres bereits einige große Städte Chinas in den Lockdown gehen mussten, wurden die Mitarbeiter vieler Groß- und Einzelhändler, Einkaufszentren und Dienstleister ins Home-Office geschickt. Nicht aber von der Arbeit freigestellt, sondern vielmehr weiterhin als aktive Verkäufer – per Livestream über verschiedene Plattformen produktiv arbeitend. Jetzt muss man dazu sagen, dass das Teleshopping über Social Media in China bereits weitverbreitet war, auch vor der Corona-Krise. Jedoch können auch wir hier in Deutschland diese Möglichkeit und den Ideenreichtum nutzen, um weiterhin die Kunden zu beraten und so auch Produkte verkaufen zu können.



Denn eines ist unbestritten: Das Rückgrat des Einzel- und Großhandels ist und bleibt der persönliche Kontakt. Den gilt es aufrecht zu erhalten. Kontaktlos und trotzdem persönlich. Und damit gerade in Zeiten wie diesen zum Schutz von Mitarbeitern wie auch Kunden. Denn gerade bei beratungsintensiven Produkten gilt: Menschen kaufen von Menschen! Das müssen wir auch weiterhin möglich machen.

## WELCHE MÖGLICHKEITEN GIBT ES?

Zunächst einmal ist es wichtig, dass Ihr Euch auf die Bestandskunden konzentriert und somit denen weiterhelfen, die Ihr bereits kennt. Bietet Euren Kunden eine Möglichkeit, Euch zu kontaktieren – und das so persönlich und risikoarm wie möglich! Nutzt bereits bestehende Kontaktmöglichkeiten wie E-Mail-Newsletter, Facebook und Instagram sowie telefonischen Kontakt. Sorgt dafür, dass Eure Kunden wissen, dass Ihr weiterhin da seid, auch wenn das Geschäft für den Besuch geschlossen ist. Eine Info-Nachricht in Form eines Banners auf der Website fällt sofort ins Auge – verweist in diesem Banner direkt auf Kontaktmöglichkeiten, sodass der Kunde nicht lange überlegen muss. Macht es Euren Kunden leicht!



Um eine besonders persönliche und interaktive Kommunikation mit Euren Kunden herstellen zu können, empfehlen wir Euch unser Live- / Video-Chat Tool, welches in kürzester Zeit für Euch bereitgestellt ist. Über einen Browser-basierten Zugang können gleichzeitig mehrere Mitarbeiter ortsunabhängig mit Kunden in Kontakt treten und aktiv Hilfe anbieten. Das geräteunabhängige Tool kann sowohl über den PC, das Tablet oder Smartphone bedient werden und somit kreativ eingesetzt werden. Setzt Euch mit Eurem Kunden für eine Beratung wie gewohnt an den Tisch. Zeigt live Euren Kunden ein Produkt, als stünde er in Eurem Geschäft oder führt ihn durch den Ausstellungsraum. Werdet zu einem „kontaktlosen – aber dennoch persönlichen Verkäufer“ und sichert Umsätze und Gesundheit Eurer Mitarbeiter, Kunden und natürlich auch Eure eigene.



## BEKANNTE PLATTFORMEN EIGNEN SICH BESONDERS GUT

Hier kommt es sicherlich darauf an, welche Produkte oder Dienstleistungen Ihr anbieter und an welche Zielgruppe Ihr Euch richtet. Nichtsdestotrotz solltet Ihr Euch aber nicht zu viele Gedanken darüber machen. Sorgt dafür, dass Eure Instagram- und Facebook-Accounts stets aktuell sind. Hilfreiche Posts vermitteln Vertrauen. Kunden brauchen Sicherheit. Und vor allem achtet darauf, dass Eure Posts auch zum aktuellen Geschehen passen. Vermeidet politische Statements in jeglicher Form und achtet darauf, dass nicht unter jedem Post der Hashtag #corona steht um „gefühl“ die größte Reichweite zu generieren. Dem ist nicht so!

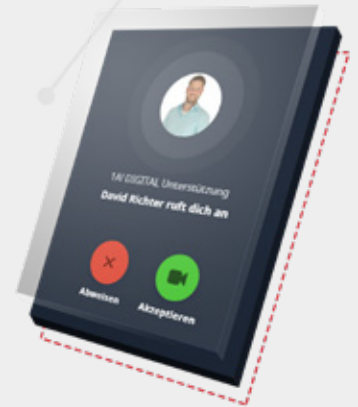
YouTube, als zweitgrößte Suchmaschine der Welt, könnte ebenfalls für den ein oder anderen eine große Möglichkeit sein, um die eigenen Angebote (Produkte / Dienstleistungen) zu vermarkten. Es muss auch nicht immer das Rad neu erfunden werden. Eine standortbasierte Werbeanzeige von Eurem Unternehmen vor einem passenden Video geschaltet, kann enormen Einfluss haben und ebenfalls Interessenten auf Euch aufmerksam machen.



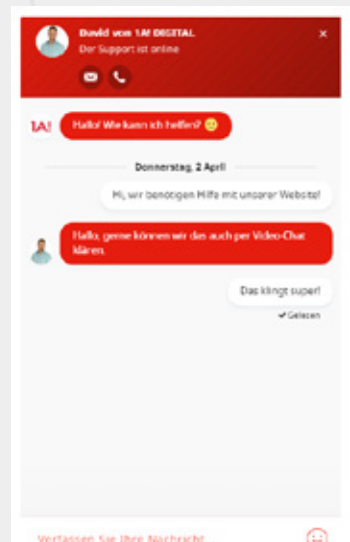
## NEUE PLATTFORMEN BIETEN CHANCEN

Livestreaming-Plattformen können eine interessante Möglichkeit sein, um mit Kunden und Interessenten in Kontakt zu treten. Nutzen könnt Ihr beispielsweise die Livestreaming-Angebote von Instagram und Facebook. Auch YouTube bietet bereits diese Kommunikationsmöglichkeit an. Noch ist diese Art von Kommunikation hier in Deutschland nicht ganz populär, bietet aber gerade in der jetzigen Situation eine Chance, Eure Kunden und Interessenten zu begeistern.

Beispiele aus China zeigen, welches enorme Potential darin steckt. Dort gibt es Unternehmen, die in nur einer Stunde Livestream einen Umsatz im fünfstelligen Bereich generieren. Sicherlich kann das im ersten Schritt nicht Euer Ziel sein. Jedoch kann diese, noch nicht weit verbreitete Kommunikation eine Chance darstellen und Euch in Sachen Reichweite und Bekanntheit einen großen Schritt nach vorne bringen.



Ein weiterer großer Vorteil des Livestreamings ist sicherlich der persönliche Touch, die direkte Kommunikation mit den Zuschauern und die Möglichkeit, auf Fragen unmittelbar antworten zu können. Der Verkauf kann derzeit noch nicht über den Livestream ermöglicht werden. Aber er bildet die informative und interaktive Vorbereitung auf den Verkauf, welcher danach beispielsweise über den Live-Chat, Online-Shop, per E-Mail oder Telefon abgewickelt werden kann. Hier gilt es, sicherlich die richtige Weise für Euch selbst zu finden.



## DAS WICHTIGSTE ZUERST

Wofür auch immer Ihr Euch entscheidet: Schnelligkeit ist das Gebot der Stunde. Es ist keine Zeit mehr für langatmige Strategien. Daher ist unsere Empfehlung, zunächst über die Möglichkeit eines Video-Chat den Kontakt zu Euren Kunden zu halten, begonnene Leads weiterzuführen und so eines zu generieren, was für alle weiteren Schritte nötig ist: Umsatz! Wenn Ihr den nicht habt, ist alles weitere Makulatur.

Und damit erzeugt Ihr noch etwas Wichtiges bei den Kunden: Das Gefühl, dass es weitergeht. Egal wie – aber es geht weiter. Mit Euch als Partner! Es signalisiert, dass Ihr nicht aufgibt, sondern mit innovativen Lösungen in der Krise weiter für den Kunden da seid. Denn: Pessimisten küsst man nicht. Also – seid optimistisch und löst das zurzeit größte Problem Eures Kunden – mit Euch Face-to-Face Geschäfte zu machen.

Viel Erfolg!



## ZUSAMMENFASSUNG

- Konzentration auf unsere Bestandskunden und Kontakte die bereits existieren
- Nutzen bestehender Kontaktmöglichkeiten wie E-Mail, Newsletter und Social Media
- Sorgt dafür, dass Eure Kunden wissen, dass Ihr weiterhin für sie da seid
- Bietet Kontaktmöglichkeiten in Form von Live-/Video-Chat
- Generiert Follower mit Werbeanzeigen, aktuellen Posts und informativen Inhalten
- Experimentiert mit außergewöhnlichen Kontaktmethoden wie Livestreaming-Plattformen