

FÜR EIN ERFOLGREICHES JAHRESENDE

GESTÄRKT IN DEN WINTER

WEITERDENKEN.

Kaufüberlegungen und -entscheidungen finden auch dann noch statt, wenn der Kunde das Geschäft bereits wieder verlassen hat. Um die Motivation für Nachverkäufe zu stärken ist vor allem auch eines wichtig: Der Weihnachtskatalog.



Weihnachtskataloge wie der von myTrends liefern Kunden wichtige Anreize für spätere Nachkäufe.



Aktuell wirkt die Welt für uns alle ein wenig unsicher. Die Pandemie und ihre Folgen, Inflation und Preissteigerungen sowie Krieg wirbeln den Handel und die gesamte Wirtschaft auf. Neue Studien und Analysen zeigen, dass Kunden sehr wohl bei Lebensmitteln und anderen Dingen des täglichen Lebens sparen, nicht aber im Luxus-Segment. Man will sich schließlich noch immer etwas gönnen oder Wertvolles- und -stabiles schenken. Auch aufgrund von Lieferengpässen ist rechtzeitiges Ordern nun besonders wichtig.

Die Planung für die zweite Jahreshälfte 2022 startet spätestens jetzt. Auch dieses Jahr werden Konsumenten wieder Geld für schicke Weihnachtsgeschenke ausgeben. Bedenken Sie: Bei einigen Menschen liegt noch immer viel Ersparnis auf dem Konto. Während der Pandemie gab es schließlich wenig Gelegenheit, es auszugeben.

Trotz vorsichtiger Sparsamkeit aufgrund gestiegener Energie- und Lebensmittelkosten wird ein Teil dieses Geldes dann pünktlich zum Weihnachtsgeschäft über die Theke wandern. Deswegen gilt: Jetzt vorbereiten!

ORDERN IST DAS A UND O

Zur Vorbereitung für das zweite Halbjahr gehört besonders das Ordern der Ware. Was für den Fachhandel selbstverständlich sein sollte, hat mehrere Gründe: Zum einen kann und wird es immer noch und immer wieder zu neuen Preisanpassungen kommen. Egal, um welche Ware es sich handelt. Was Sie heute bekommen, erhalten Sie nicht mehr so günstig – zumindest nicht auf absehbare Zeit. Zweitens geht es auch um Verfügbarkeit: Es besteht das reale Risiko, dass Ware womöglich vergriffen und nicht auf Lager ist und Sie mit langen Lieferzeiten rechnen müssen.

INFORMIEREN UND INSPIRIEREN

Zur richtigen Orderstrategie gehört noch ein Weiteres: Ein Weihnachtskatalog, der die Ware im Sortiment sichtbar und verständlich macht und den Juwelier bei Kunden in Erinnerung ruft und ins Rampenlicht rückt. Dass diese Kataloge angesichts der stark gestiegenen Papierpreise von den Lieferanten überhaupt produziert werden, ist ein Privileg. Das sollten sich Juweliere bewusst machen. Und das Angebot sollte der Fachhandel unbedingt annehmen. Denken Sie auch hier wieder an das Konzept eines Schmucksets oder eines Stils à la Layering und Stacking, das für Nachverkäufe sorgt. Nach Weihnachten folgen schließlich auch im kommenden Jahr wieder Geburtstage und

Jubiläen. Händler steigern die Motivation für Nachverkäufe enorm, wenn Sie den Katalog nutzen. Denn darin zeigt man, was es außer dem Ring oder der Kette sonst noch gibt und positioniert sich als vertrauenswürdiger Ansprechpartner, wenn es um Schmuck geht. Damit fällt es den Kunden leicht, das nächste Geschenk auszuwählen und das Geld bei Ihnen im Geschäft auszugeben.



Der Weihnachtskatalog ist nicht einfach nur Werbung, sondern ein wichtiges Instrument für Kundenbindung und zur Sicherung späterer Nachverkäufe.