



Handel 4.0

Digitalisierung als Herausforderung und Chance

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Dr. Kai Hudetz:

1. Überlegen Sie, wie Sie sich von Amazon differenzieren können. Was sind die klassischen Stärken des Facheinzelhandels? Eine freundliche, kompetente Bedienung und Beratung, ein kundenorientierter Service, eine ansprechende Ladengestaltung etc.
2. Überlegen Sie, was Sie von Amazon lernen können. Erfahren Sie mehr über Ihre Kunden, lernen Sie, Ihre Kunden individueller anzusprechen.
3. Stärken Sie Ihre Innovationskraft und Innovationsfreude! Der Einzelhandel wird sich immer schneller entwickeln, da sind Innovationen in allen Bereichen notwendig.

Norbert Pühringer:

1. Fragen Sie nach dem persönlichen Nutzen für ihre Mitarbeiter, wenn sie demnächst wieder einmal vor einer Veränderung stehen. Das wird ihre Perspektive und ihre Kommunikation verändern.
2. Arbeiten Sie mit Analogien (z.B. Bildern). Sie helfen uns abstrakte Themen emotional zu verankern. Entwickeln Sie ein Bild für Ihr nächstes Ziel und verankern Sie es damit im Unterbewusstsein Ihrer Mitarbeiter und bei sich selbst.

Thorsten Heckrath-Rose:

1. Probieren Sie Ihre Ideen aus! Sammeln Sie Erfahrungen und haben Sie keine Angst davor, dass auch mal etwas nicht funktioniert.
 2. Nehmen Sie ALLE aus Ihrem Team bei Veränderungen von vornherein mit.
- Unsere größte Herausforderung im digitalen Wandel waren und sind immer noch die Menschen und Kollegen.

Marc Sommer:

1. Der Umbruch durch die Digitalisierung ist massiv und betrifft alle Bereiche!
2. Jedes Unternehmen muss seine eigene Reaktion darauf finden und den Kundennutzen dabei im Fokus haben. Ansonsten besteht das Risiko, dass finanzielle u personelle Ressourcen falsch eingesetzt werden und zu einer starken Defokussierung vom Kerngeschäft führen.

Katharina Demeter-Müller und Klaus-Dieter Müller:

1. Geben Sie jeden Tag Ihr BESTES!!
2. Prüfen Sie Ihre Internetpräsenz und Ihre Präsenz in den soziale Medien.
3. Machen Sie Ware erlebbar und schaffen Sie Harmonie!

Mechthild Möllenkamp:

Lieben Sie das, was Sie tun! Dann lässt sich der Erfolg gar nicht nicht verhindern!

Markus Stratmann:

1. Sehen Sie Ihr Geschäft als Marke - Seien Sie der MC Donalds, der BMW, der Apple in Ihrem Geschäfts-Feld.
2. Suchen Sie sich Alleinstellungsmerkmale.
3. Seien Sie etwas Besonderes und definieren Sie sich nicht über den Preis!

Michael Wendt:

1. „Online sein“ muss nicht Online-Shop heißen!
Nutzen Sie wichtige lokale Portale wie Yelp, Facebook und natürlich Google MyBusiness; um ohne viel Aufwand sicherzustellen, dass User Ihr Geschäft finden.
2. Eine echte „Verzahnung“ aller Kanäle benötigt vor allem eines: Synchronisation von Daten.
Prüfen Sie also, ob Ihre Warenwirtschaft fit für online ist.

Mariam Dombrovskaja:

Zurück zu den Kernkompetenzen im stationären Handel:

Das ist vor allem immer eine tiefe Kenntnis des lokalen Bedarfs und Kunden. Jeder Händler sollte sehr kritisch beleuchten, ob (alle) digitalen Initiativen wirklich notwendig sind. So ist nicht jeder Händler mit einem eigenen Online-Shop oder gar einer eigenen App gut beraten. Digital/Online/Mobile soll ultimativ den übergeordneten Zielen des Händlers und dem Nutzen des Endkonsumenten dienen und nicht zum Selbstzweck verkommen.