

Warum Multi-Channel im Handel immer wichtiger wird



Foto: ventke80 - Fotolia.com

Emotionen, Entertainment und einzigartige Erlebnisse erwarten Kundinnen und Kunden heute als Bestandteil ihres Einkaufs.

In den letzten Jahren erlebt der Handel einen rasanten Umbruch: Durch ein fast unbegrenztes Angebot an Produkten und neuen Services in Verbindung mit einer nie gekannten Markttransparenz haben sich die Kaufgewohnheiten und -kanäle des Kunden grundlegend gewandelt.

Neue Technologien haben Einzug erhalten und setzen räumliche und zeitliche Begrenzungen außer Kraft. Einkaufen funktioniert heute jederzeit und überall: Zuhause, im Büro oder unterwegs. Am Computer, am Tablet, am Smartphone oder in der Filiale. Die digitale Freiheit ermöglicht dem Kunden über alle Kanäle hinweg nach Angeboten zu suchen und sich für den Händler zu entscheiden, der ihm den besten Einkauf bietet. Im Vorfeld informieren, aussuchen, orientieren, suchen, kaufen und bewerten – all diese Aktivitäten spielen heute im Kaufprozess und in einem sozialen, lokalen und mobilen Umfeld eine zentrale Rolle.

Im stationären Handel sinken mittlerweile die Quadratmeterumsätze und die Frequenz, der Umsatz verschiebt sich oft auch Richtung Online-Geschäft. Der Kunde erwartet zudem Emotion, Entertainment und einzigartige Erlebnisse als festen Bestandteil seines Einkaufs. Diese Entwicklung kann nicht mehr aufgehalten, jedoch aktiv vom Handel mitgestaltet werden.

Multi-Channel beschreibt einen Vertriebs- und Marketingansatz, bei dem alle relevanten Kommunikationskanäle miteinander vernetzt und genutzt werden, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen. Der Kunde wird sowohl online als auch stationär begleitet und beraten, um über die unterschiedlichen Instrumente den Absatz, Umsatz und die Frequenz zu erzeugen. Zusätzlich werden durch diese Verknüpfung Kundenzufriedenheit und -bindung, Image-Gewinn und Wettbewerbsposition gestärkt.



Im Rahmen des Multi-Channels ermöglichen besonders die Online-Kanäle einen vertiefenden Dialog mit dem Kunden. Durch die Einbindung von Social Media kann die Ansprache erfolgreich in alle Richtungen verlaufen und mit dem Kunden direkt interagiert werden. Diese Art der Kommunikation sorgt für Reichweite und Bekanntheit des Händlers, Storytelling transportiert Emotionen – mit einer völlig neuen Geschwindigkeit zur direkten Zielgruppe.

Natürlich bleiben die „klassischen“ und etablierten Kommunikationsstrategien weiterhin wichtig und ein Medium, um den Kunden anzulocken. Dazu zählen nach wie vor Flyer, Kataloge, Magazine oder auch TV und Radio. Multi-Channel bewegt sich zwischen Social Media und Print, zwischen neuen Technologien und traditionellen Kommunikationsformen.

Eine ganzheitliche, strategisch durchdachte Multi-Channel-Strategie wird also künftig immer wichtiger für den Handel, weil sich damit teure Streuverluste vermeiden lassen. Mit weiterem Abwarten erreicht man unter den heutigen Marktbedingungen höchstens, dass potenzieller Umsatz verloren geht und bei einem Wettbewerber auftaucht, der früher aktiv wurde. Der Kunde ist bereits auf allen Kanälen unterwegs und letztlich profitieren beide Seiten von der Entwicklung Multi-Channel. ■

Julia Schiminski

Möchten Sie mehr zu dem Thema erfahren?!

Dann nutzen Sie die Gelegenheit auf der IHK-Veranstaltung **„Multi-Channel im Handel – Wie erreicht man bestehende Kunden und gewinnt Neue über alle relevanten Kanäle?“** am 27. Mai 2019 von 18:00 – 20:00 Uhr im HAUS DER WIRTSCHAFT, Mülheim an der Ruhr.

Weitere Informationen und die Anmeldeöglichkeiten finden Sie im Internet unter www.essen.ihk24.de/multichannel



IHK-Ansprechpartnerin:

Sandra Schmitz

Tel.: 0201 18 92-154

E-Mail: sandra.schmitz@essen.ihk.de

Ford Transit Gewerbewochen

Freie Fahrt für Ihr Business.

FORD TRANSIT CUSTOM
LKW City Light

Audiosystem 2 „MyConnection-Radio“, Klimaanlage vorn, Geschwindigkeitsregelanlage

Günstig mit
47 monatl. Finanzierungsraten von

€ 149,-^{1,2}

Unser Kaufpreis inkl. Überführungskosten	21.907,31 € brutto (18.409,50 € netto)
Laufzeit	48 Monate
Gesamtlaufleistung	40.000 km
Sollzinssatz p.a. (fest)	0,00 %
Effektiver Jahreszins	0,00 %
Anzahlung	3.560,87 €
Nettodarlehensbetrag	18.346,43 €
Gesamtdarlehensbetrag	18.346,43 €
Monatliche Raten zu je Restrate	149,00 € 11.343,44 €

Gerhard Schreiner

Michael Rest

Kai Brinkmann

Abbildung zeigt Wunschausstattung gegen Mehrpreis.



MOHAG Motorwagen-Handelsgesellschaft mbH · www.mohag.de
 45881 Gelsenkirchen · Grothusstraße 18 · Herr Schreiner: Tel. 0209 36004-27
 45141 Essen · Herzogstraße 1 · Herr Brinkmann: Tel. 0201 361361-50
 45659 Recklinghausen · Rottstraße 116 · Herr Rest: Tel. 02361 5804-176



¹Ford Auswahl-Finanzierung, ein Angebot der Ford Bank GmbH, Josef-Lammerting-Allee 24–34, 50933 Köln. Angebot gilt für noch nicht zugelassene, für das jeweilige Zinsangebot berechnete neue Ford Nutzfahrzeuge bei verbindlicher Kundenbestellung und Abschluss eines Darlehensvertrages und nur für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z.B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Bitte sprechen Sie uns für weitere Details an. Das Angebot stellt das repräsentative Beispiel nach § 6a Preisangabenverordnung dar. ²Gilt für einen Ford Transit Custom Kastenwagen LKW City Light 280 L1 2,0l TDCi 77 kW (105 PS), 6-Gang-Schaltgetriebe.