

SMARTPHONES VERÄNDERN DEN EINZELHANDEL

Veröffentlicht am 20. Dezember 2012 von Annette

Smartphones werden längst nicht mehr nur zum Telefonieren oder für Nachrichten-Dienste wie WhatsApp verwendet - die modernen [...]

Smartphones werden längst nicht mehr nur zum Telefonieren oder für Nachrichten-Dienste wie [WhatsApp](#) verwendet - die modernen Telefone werden zunehmend auch zu einem wichtigen Begleiter beim Shopping. Das sogenannte **Showrooming** bezeichnet das **Vergleichen der Preise im Internet, während man vor einem Produkt im Laden steht**, und lässt Einzelhändler umdenken.

Preisvergleich vor Ort ist Alltag geworden

Viele Benutzer **recherchieren** vor einem Kauf **im Laden** bereits mit einem Smartphone nach dem **besten Preis** für ein Produkt - und kaufen es möglicherweise dann auch woanders. Unternehmen sollten sich dessen bewusst sein und, falls **Preisnachlässe** nicht möglich sind, nicht das Produkt und seinen Preis in den Fokus rücken. Woran viele nicht denken: Es werden nicht nur die Preise für teure Anschaffungen verglichen, sondern auch günstigere Artikel werden vor einem Kauf gegoogelt, sogar Lebensmittel.

Unternehmenskonzepte müssen angepasst werden, um mithalten zu können

Wichtig ist, dass sich Händler auf gar keinen Fall Entwicklungen wie dem Showrooming verschließen sollten - dies führt auf lange Sicht nur zu Umsatzeinbußen. Wer also seine Preise aus wirtschaftlichen Gründen nicht unter die der Mitbewerber senken kann, muss auf andere Anreize setzen und seinen Kunden ein **besonderes Einkaufserlebnis** oder **außergewöhnlichen Service** bieten. Auch eine [Verbindung von Online Shop und Filiale](#) bietet sich an. Was immer man sich ausdenkt, das Unternehmenskonzept muss den Kunden dazu bewegen, dem eigenen Geschäft treu zu bleiben - auch, wenn er mehr bezahlt. Wie das im Detail geht, kommt auf die Branche, die Zielgruppe und das Budget an und lässt sich nur schwer verallgemeinern. Fest steht dennoch, dass die Entwicklungen um Konsumverhalten nicht mehr aufzuhalten sind und man sich als Unternehmen besser früher als später Gedanken um eine Anpassung der eigenen Strategie macht.

Welche Ideen der Kundenbindung jenseits von Preisvorteilen haben Sie? Welchen Service schätzen Sie an Unternehmen besonders? Wir freuen uns über Ihre Kommentare.