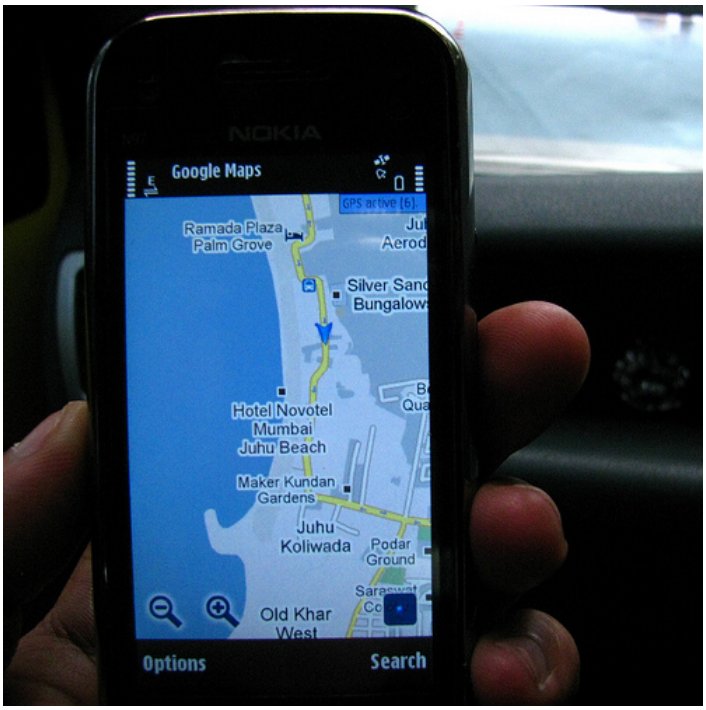
WARUM IHRE WEBPRÄSENZ AUCH OFFLINE ZÄHLT



Veröffentlicht am 8. Februar 2013 von Annette

Verkaufen ändert sich. Mit den digitalen Neuerungen, denen wir jeden Tag begegnen, ändert sich nicht nur unsere Art, zu [...]

Verkaufen ändert sich. Mit den digitalen Neuerungen, denen wir jeden Tag begegnen, ändert sich nicht nur unsere Art, zu kommunizieren, sondern auch, wie wir Kaufentscheidungen treffen, uns zurecht finden oder informieren. Denn durch **Showrooming** und die **Verknüpfung von Online- und Offline-Handel** ist das Internet überall und immer Teil des Kaufprozesses.

Der Zukunftsforscher Sven Gábor Jánszky hat kürzlich in einem Interview mit dem Marketing-Magazin acquisa gesagt: *"Es ist ganz eindeutig: Kunden werden in wenigen Jahren **ihren Handys mehr vertrauen als den Verkäufern**. Sie müssen nur auf Ihr heutiges Navigationssystem schauen. Dem vertrauen Sie heute schon mehr als dem Beifahrer. Weil es Ihnen bessere Antworten liefert. Genau wie die elektronischen Kaufassistenten auf den Handys der Zukunft."*

Was heißt das konkret? Unternehmen sollten dafür sorgen, dass **die eigenen Konzepte mit der digitalen und gesellschaftlichen Entwicklung Schritt halten**. Die sprunghaft angestiegene Verbreitung von mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablet PCs führt dazu, dass immer häufiger **Preise mit dem Smartphone verglichen** werden - direkt im Laden. Dieses sogenannte Showrooming treibt viele Händler in die Enge. Denn fast immer gibt es billigere Anbieter im Netz zu

finden, bei denen dann bestellt wird. **Bewertungen** in Online-Portalen werden von vielen Kunden direkt vor Ort gelesen, um eine Kaufentscheidung zu treffen.

Aber wie können stationäre Händler reagieren? Experten empfehlen, entweder **das Ladengeschäft um einen Online-Shop zu ergänzen und das Preisniveau niedrig zu halten** oder, wenn das nicht möglich ist, auf **besonderen Service** und ein **emotionales Einkaufserlebnis** zu setzen. Wenn Jánszky also prognostiziert, dass man bald den eigenen Handys mehr vertraut als den Verkäufern in einem Geschäft, dann heißt das vor allem eines: **Unternehmen sollten die Augen nicht länger vor dem Internet und Social Media verschließen.** Eine **professionelle Webseite** und die **Nutzung sozialer Netzwerke** sollte selbstverständlich sein. Kann man dem Preiskampf im Internet nicht mit einem Online Shop entgegen treten, gilt es, das Geschäftsmodell anzupassen und den Service auszuweiten. Wer **aktiv an seiner Repuation im Web arbeitet**, hält seine Stammkunden bei der Stange und spricht zahlreiche Neukunden an.

Thumbnail Image: Navigating south von Unlisted Sightings via CC BY 2.0