

Inhalt

I KLASSISCHER HANDEL IN DER DEFENSIVE?	
oder: Warum kein Anlass für Mutlosigkeit besteht	9
Es ist nicht alles Gold, was glänzt – auch im Internet	10
Online erfolglos: zwei Beispiele	10
Offline erfolgreich: zwei Beispiele	11
Online contra Offline – eine Bestandsaufnahme und 7 Thesen	13
1. Online-Kater: Auf Begeisterung folgt Ernüchterung	15
2. Online-Ärger: Wenn der Postmann ständig klingelt	17
3. Online-Angst: Fata Morgana „Beratungsklau“	18
4. Online-Überdross: Nur Nerds sind reine Netzkäufer	19
5. Online-Kidults: Was im Laden nervt, vertreibt Kunden	20
6. Online-Kollateralschaden: Öde Innenstädte als Folge eigener Passivität	21
7. Online-Sündenböcke: Für eigene Fehler kann das Internet nichts	23
Mit Big Data zur Big Confusion – digitale Schnellschüsse und Irrwege	24
Nicht jeder Yamaha-Fan liebt Musik	24
Wissen ist nicht immer Macht	26
Wovor Amazon Angst hat – die Achillesferse des Riesen	27
Amazon ist (auch) ein Ramschladen	27
Amazon scheitert am Einkaufserlebnis	29
Amazon goes offline, der Laden lebt	30
Amazon bekommt Imageprobleme	31
Wenn der Gegner rennt, darf man selbst nicht trödeln	32
Fazit: Die richtige Strategie – und der Laden läuft!	33
II ERFOLGSSTRATEGIEN FÜR STATIONÄRE HÄNDLER	
oder: Wie Sie auch morgen noch kräftig verkaufen werden	37
Man muss Menschen mögen (M⁴)	38
Das Einzige, was stört, ist der Kunde?	39
Wahre Größe entscheidet sich in Kleinigkeiten	41
Von stinkenden Fischen und lächelnden Mitarbeitern	43

Kunden kennen – und richtig ansprechen	46
Der Verkäufer als Lotse und Partner	47
Was tun, wenn man „alle“ ansprechen will?	48
Convenience: Hauptsache bequem!	53
Mach mir das Leben einfach!	54
Wie ticken die Digital Natives?	58
Kundenschreck: Die Kassenschlange	60
Kundenerlebnis: Berühre mich, begeistere mich!	64
Yes, we're open! Sind Sie da, wenn man Sie braucht?	71
Pakete, aber anders: Das richtige Package und attraktive Zugaben	76
Tante Emma statt XXL: Rabatte richtig einsetzen	82
Shoppertainment: Produkte mit Geschichte(n)	87
Ambiente mit Wow-Effekt: Zum Kauf verführen	92
Communities: Analoge Nestwärme	101
Kunden kaufen auch ...: Vom Online-Marketing lernen	108
Gemeinsam stark: Die richtigen Verbündeten	115
O2O: Online und Offline – das Beste beider Welten verschmelzen	120
Roadmap für mehr Erfolg im stationären Handeln – fünf Erfolgsrezepte	134

III DER HANDEL IM JAHR 2030 – Eine Prognose **145**

1. Express-Einkauf in einer Express-Welt	146
2. 24/7 geöffnet	146
3. Neue Geschäftsmodelle: Flatrates, Abos, Leasing	147
4. Optimierte Sortimente und Kühlschrankszustellung	148
5. Die Renaissance des Automaten	149
6. Smart Home – Maschinen kaufen selbstständig ein	150
7. Eine neue bunte Verkaufslandschaft und Service 4.0	151
8. Verkäufer organisieren perfekte Einkaufserlebnisse – oder sie werden durch Roboter ersetzt	152
9. Die Fragmentierung der Zielgruppen und das Individuum als Maß aller (Werbe-)Dinge	153
10. Alle Kanäle fließen zusammen	155

IV ALLES NACHHALTIG ODER WAS?

Wie der stationäre Handel bei Kunden Punkte sammeln kann	159
Nachhaltigkeit – gegründet 1713	160
Der Moment der Wahrheit	163
Die geplante Retoure – Return to sender	164
Vertrauen und Sicherheit – Transparenz schafft Nachhaltigkeit	167
Gesellschaft beginnt vor der Haustür – oder in welcher wollen Sie leben?	168
Nachhaltigkeit aus Kundensicht	169
Lösungen für mehr Nachhaltigkeit, ...	170
Idee 1: Erfolgreiche und nachhaltige Gemeinschaftswerbung	171
Idee 2: Und es hat Klick gemacht	173
Wie steht's mit Ihrer Nachhaltigkeits-Bilanz?	174
Fit in die Zukunft – So geht Verkaufen heute	176
 Anmerkungen nach Buchteilen	 178
Literaturverzeichnis	186
Danksagung	191
Über den Autor	192