

back.intern.

25 Jahre

Wir machen Sie erfolgreich

13 | 2020



KONZEPTE

Die richtige Zeit zum Optimieren

Warum Sie jetzt Sortiment, Filialen, Prozesse und Lohnkosten durchleuchten sollten Seite 4



AZUBIS

Vormittags Roggen, nachmittags joggen

Wie Tobias Maurer junge Mitarbeiter gewinnt Seite 16



LADEN & VERKAUF

Die Maskenverweigerer

Wie Verkäuferinnen mit ihnen souverän umgehen Seite 10

Kunden mit Service gewinnen

Wer während der Pandemie Kunden verliert, hat auch danach ein Absatzproblem. Ludger Schlautmann sieht den Kundenservice als Schlüssel für den aktuellen und den künftigen Erfolg.

Foto: GA-Trendagentur

Herr Schlautmann, Sie stellen fest, dass in etlichen Betrieben Kunden abwandern. Was sind die Gründe?

Schlautmann: Ich erlebe in acht von zehn Bäckereien, dass die Kunden zu sehr gemäßregelt werden. Der Einkauf mit Abstand und Mundschutz macht dem Konsumenten ohnehin wenig Freude. Wird er auch noch zurechtgewiesen, kommt er nicht wieder. Deshalb sollten die Mitarbeiter gezielt darauf geschult werden, Verständnis für den Kunden zu zeigen, beispielsweise für Verständigungsprobleme mit Mundschutz oder für ungeschicktes Anstellen. Damit zeigt sich der Bäcker als verlässlicher Partner in der Krise. Verbote sollten auf das zwingend Notwendige (Abstand und Maske) reduziert werden. Zum guten Service gehören ein Regenschutz für draußen wartende Kunden und Zugang zu den Toiletten auch bei geschlossenem Cafébereich.

Was braucht der Kunde noch, um einigermäßen entspannt einzukaufen?

Schlautmann: Er wünscht sich eine klare



IM GESPRÄCH

Ludger Schlautmann ist Geschäftsführer der GA-Trendagentur, die das Verzehrverhalten von Konsumenten überall dort überprüft, wo Kaffee und Snacks konsumiert werden. Dank der beratenden Zusammenarbeit mit Bäckereifilialisten verfügt er zudem über viele praktische Erfahrungen. Kontakt: Tel. 02571 5031 332, www.ga-trendagentur.de

Kennzeichnung der Wege und eindeutige Informationen, wo er sich anstellen soll. Vor allem will er schnell wieder raus aus dem Laden. Deshalb empfehle ich, jede Kasse mit einem Mitarbeiter zu besetzen. Auf Zusatzverkäufe sollte komplett verzichtet werden. Eine gute Warenpräsentation mit Vielfalt reicht heute aus.

Wie laufen die Geschäfte mit Snacks und Kaffee zum Mitnehmen?

Schlautmann: In diesem Bereich sind Tankstellen die Gewinner. Bäcker werden weiter Einbußen haben, wenn sie keine fertig belegten Snacks in der Theke liegen haben. Diese sollten bereits morgens, aber auch ganztägig verfügbar sein. Auch der Verkauf von Coffee to go ist beim Bäcker eingebrochen. Meine Empfehlung: Schenken Sie bei langen Theken auch an der Backwarentheke Kaffee aus, denn die Kunden wollen jeden weiteren Aufwand oder Wartezeiten vermeiden. Eine Pumpkanne mit Filterkaffee und ein paar Coffee-to-go-Becher auf der Theke reichen in der Regel schon aus.

Sollte ein Bäcker während der Krise Kunden verloren haben: Wie bekommt er sie nächstes Jahr wieder?

Schlautmann: Indem er seine Mitarbeiter auf Freundlichkeit geschult hat und den Konsumenten herzlich einlädt. Er kann mit Angeboten locken, sein Sortiment spannender machen und USPs herausstellen, mit denen er sich vom Mitbewerber unterscheidet.



Foto: Ansgar Nagel - Adobe Stock