

Digitalisierung des Einzelhandels in Zeiten von Corona



Alle Angebote aus KWer
finden Sie jetzt unter
www.lokalhelden.kw-city.de

Diese Krise zeigt, dass es heute nicht mehr ohne ein digitales Angebot geht. Diejenigen, die als Gewerbetreibenden verstanden haben, ihre Kunden nicht nur im Laden, sondern auch digital anzusprechen, konnten sehr schnell umschalten. Dieses Papier soll helfen, schnelle, einfache Maßnahmen zu ergreifen, Kunden zu erreichen und Angebote kreativ und digital abzubilden. Realistisch betrachtet, wird eine schnelle, digitale Lösung nicht den verlorenen Umsatz kompensieren können. Im besten Fall, können Sie mit Ihrer Stammkundschaft in Kontakt bleiben und diese schnell aktivieren. Die vorgestellten Möglichkeiten und konkreten Ideen sollen Sie ermutigen, Ihr Potenzial der persönlichen Verbindung zu Ihren Kunden zu nutzen und kreative Ideen auszuprobieren und auch neue Erlösmodelle auszuprobieren.

Jana Stecher (1000 Elephants GmbH - KW) Maximilian Ehlers (Digital-Experte) Eduardo Illanes Kurth (Marketingexperte)

So kann man jetzt digital Umsatz machen:

Ware per E-Mail oder telefonisch verkaufen



Die Ware liegt im Geschäft? Bieten Sie Ihren Kunden die Bestellung per Anruf oder E-Mail an. Die Pakete können sie dann selber ausfahren (wenn Sie Zeit haben), oder mit der Post verschicken.

Eröffnung eines Online-Shops



Verschiedene Anbieter erleichtern den Aufbau eines eigenen Online-Shops und machen dies fast zum Kinderspiel. Mit Pioniergeist und Fleiß kann man selbst einen Shop im Netz eröffnen. Beispiele: [Shopify](https://www.shopify.com), [IONOS](https://www.ionos.com), [Wix.com](https://www.wix.com)

Persönliche Beratung per Telefon oder Video-Call



Sie bieten eine Dienstleistung an? Überlegen Sie doch einmal, ob Sie diese nicht auch in einem Video-Anruf durchführen und dennoch Ihr Honorar verlangen können.

Digitale Inhalte produzieren und vermarkten



Ihre Kunden brauchen Sie auch wenn sie zu Hause sind. Drehen Sie für sie Videos, um bspw. zuhause zu trainieren. Gegen eine einmalige oder monatliche Gebühr können Sie dann den Zugang zu den Inhalten verkaufen.

Werbung auf der eigenen Homepage



Sie haben bereits eine Homepage? Super! Auf dieser können Sie Werbung schalten und damit von [Google](https://www.google.com) Geld bekommen.

Produkttests auf Social Media



Testen, bewerten und / oder beschreiben Sie Ihre Produkte per Video auf ihren Social Media Kanälen und lassen Sie sich von Ihren Lieferanten dafür entlohnen.

Produkte empfehlen und Provision bekommen



Ihren Fans und Followern können Sie, über sog. Affiliate-Links, Produkte empfehlen und bekommen dafür von den Online-Shops eine Provision (Beispielsweise bei [Amazon](https://www.amazon.com))

Newsletter



Bleiben Sie in Kontakt mit Ihren Kunden und Eröffnen Sie Ihren eigenen Newsletter. Dies geht ganz einfach, bspw. mittels [Mailchimp](https://www.mailchimp.com)

Anwendungsszenarien:

Unterschiedliche Branchen benötigen unterschiedliche Anwendungsszenarien, deshalb ist es sinnvoll zu differenzieren - machen Sie sich Gedanken über:

1. Dienstleistungen (z.B. Yoga Studio, Friseur, Küchenstudio usw.):



Biete ich Online-Beratung oder Online-Kurse an? Habe ich ein Abo-Modell? Dabei sollte die Frage im Fokus stehen: Wie kann ich meinen Kunden die Möglichkeit geben, mich jetzt zu unterstützen, so dass wir alle nachhaltig davon profitieren?

2. Gastronomie und Fremdenverkehr (z.B. Restaurants, Touristische Angebote, Hotels):



Biete ich ein Lieferservice an? Können meine Kunden Online bestellen? Mache ich genug, um in den Köpfen der Menschen (vor allem nach der Krise zu bleiben und Anreize schaffen die Auslastung - zum Beispiel durch Buchungsmöglichkeiten) nach der Krise zu sichern?

3. Einzelhandel (z.B. Bekleidungsgeschäft, Blumenladen, Handyladen):



Habe ich einen Online-Shop? Können meine Kunden auch während der Schließzeiten mein Sortiment sehen und sich informieren? Biete ich die Möglichkeiten an, meine Kunden Online oder telefonisch zu beraten? Wie kann ich mit der gewonnenen Zeit eine logistische Infrastruktur aufbauen?

Mit solchen Instrumenten über die Krise kommen. Dabei muss jeder sein Geschäftsmodell, Geschäftsprozesse und Dienstleistungen erweitern / überdenken, um während und nach der Krise nachhaltig zu existieren. Vor allem sollten sich alle die Frage stellen: Habe ich noch Kontakt zu meinen Stammkunden? Wie kann ich neue Kunden (auch über die lokalen Grenzen hinaus) generieren? Biete ich die passenden Bezahlmöglichkeiten und Infrastruktur dafür an?

Bewerben des digitalen Angebotes / Onlinemarketing

Vor-Ort Werbung an Ihrem Laden



Wenn Sie Ihr Angebot in digitale Räume erweitert haben, lassen Sie Ihre Stammkundschaft das mit einem Aushang am Laden wissen. Werden Sie dabei so konkret wie möglich, was kann ein Kunde nun tun, um Sie zu unterstützen und zu erreichen (Telefon, E-Mail, Facebook, etc.)

Ein Beispiel finden Sie auf Seite 3.

Social Media Marketing



Gewerbetreibende, die per [Facebook](https://www.facebook.com) und [Instagram](https://www.instagram.com) ihre Kunden angesprochen haben, haben es nun leichter. Sollten Sie das noch nicht gemacht haben, ist das jetzt die Zeit, einen [Instagram-Kanal](https://www.instagram.com) und eine [Facebook-Seite](https://www.facebook.com) zu eröffnen. Nutzen Sie auch die Möglichkeiten in den zahlreichen [Facebook-Gruppen](https://www.facebook.com), auf Ihr Angebot hinzuweisen.

Suchmaschinen-Marketing



Haben Sie eine Website, wo Sie nun online verkaufen, schalten Sie Werbung in Suchmaschinen (z.B. [Google Such-Anzeigen](https://www.google.com)) Überlegen Sie dabei auch, nach was ein potenzieller Kunde suchen könnte, um ihre Angebote zu finden. Oft wird nicht nach dem konkreten Produkt gesucht, sondern nach einer Lösung für ein Problem. Fragen Sie dazu gern mal in Ihrem Freundeskreis.

Ein konkretes Beispiel

Der Verkauf der Waren in einem Onlineshop ist das naheliegendste, um das eigene Geschäfts ins Internet zu übertragen. Hier gibt es jedoch viel Konkurrenz. Wir wollen an dem Beispiel der **Stadtbuchhandlung Radwer** zeigen, was zusätzlich möglich wäre, um Ihre Stammkundschaft anzusprechen, Umsatz zu generieren und nachhaltig neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Bedenken Sie, dass nicht nur Sie aktuell Neuland ausprobieren, auch viele Ihrer Kunden wagen sich mit Ungewohntem aktuell ins Internet, um den Kontakt zu ihren Liebsten nicht zu verlieren oder, um von zu Hause aus zu lernen. Nutzen Sie diesen Moment des gemeinsamen Lernens, um Neues auszuprobieren.



Der KWer Buchclub

Worum geht es?

Ein virtueller Buchclub wird gegründet. Die Mitglieder wählen alle 2 Wochen aus 3 Büchern ein Buch aus per Abstimmung auf dem Instagram-Kanal, welches gelesen wird. Dieses Buch wird den Mitgliedern automatisch zugestellt. In einem wöchentlichen virtuellen Meeting per Zoom wird sich dann über das Buch ausgetauscht. Das virtuelle Treffen kann nach Corona auch in "live" stattfinden und zur festen Instanz des Buchladens werden.

Mehrwert für die Kunden & Einnahmen:

Die Stammkundschaft wird noch fester gebunden und untereinander verbunden. Die Mitgliedschaft im Buchclub kostet einen monatlich festen Betrag, wo das Buch (inkl. Versand) und virtuelles Treffen inkludiert sind. .

Kooperationsmöglichkeiten:

In Zusammenarbeit mit dem Weinladen KW wird zu jedem Buch ein passender Wein und ein Snack ausgesucht, welches rechtzeitig vor dem virtuellen Treffen des Buchclubs ausgeliefert wird.

Was braucht es dazu?

Bewerbung des Buchclubs und Ankündigungen

Ein Instagram- oder Facebook-Kanal, um die Abstimmung über die Bücher zu gewährleisten. Eine WhatsApp-Gruppe ist hierzu auch möglich.

Zoom-Account & Steady

[Zoom](#) ist ein Internetbasiertes Video-Tool, womit man Videokonferenzen mit bis zu 100 Personen ermöglichen kann. Für die Teilnahme reicht ein Smartphone, Tablet oder Laptop. Wichtig ist eine integrierte Kamera und Mikrofon.

Die Mitgliedschaft im Buchclub wird per [Steady](#) bezahlt.

Das Quarantäne-Paket

Worum geht es?

Man geht in den Buchladen, um sich inspirieren zu lassen und auch ein Buch zu finden, wo man vorher noch nicht wusste, dass man es lesen will. Das nennt man das Prinzip glücklicher Zufall (Serendipity). Auch während Ladenschließung ist das möglich. Ruf beim Buchladen an: an Hand von 5 Fragen wird "Quarantäne-Paket" für dich zusammen mit mind. 3 Büchern und einer Überraschung aus dem Buchladen-Sortiment zusammengestellt und versandt. Dieses Paket kann auch ohne Corona weitergeführt werden, z.B. als Geburtstagsüberraschung.

Mehrwert für die Kunden & Einnahmen:

Die Stammkundschaft kann sich weiterhin inspirieren und überraschen lassen und bleibt in Verbindung mit dem kompetenten Personal der Buchhandlung. Das Paket hat einen Festpreis.

Kooperationsmöglichkeiten:

Das Kino Capitol sucht noch einen passenden Filmtipp mit raus mit einer Portion Popcorn.

Was braucht es dazu?

Bewerbung des Angebotes

Ein Aushang am Buchladen, Anzeige in den kommunalen Zeitungen und Nutzung von sozialen Kanälen wie z.B. Instagram und/oder Facebook

Abwicklung

Entgegennehmen der Anrufe zu festen Zeiten. Das kann z.B. über eine feste Whatsapp-Nummer auch per (Sprach- oder Text-) Nachricht erfolgen.

Verpacken der Pakete und Versand oder Auslieferung an die Stammkunden.

Weitere Online Tools (inkl. Links)

- [Zoom Videokonferenzen](#), [Whatsapp Videochat](#) Sprechstunde
- [Calendly](#) für Terminorganisation
- [Elopage](#) für Angebote von Downloads (z.B. Anleitungen) & Webinare
- Online-Shops, Buchungssysteme (Fertiglösungen wie [Shopify](#), [IONOS](#), [Wix.com](#) oder selbst-gehostete wie [Magento](#) und [WooCommerce](#))
- Mitgliedschaften digital abbilden per [Steady](#)
- E-Mail Newsletter ([Mailchimp](#))
- Zahlungen können Sie bspw. über Paypal annehmen

Versuchen Sie bei allen Tools jetzt etwas einzusetzen, was auch nach Corona weiter genutzt werden kann.

Nur Mut!!!

Dieses Papier soll Mut machen, über das ursprüngliche Angebot hinaus zu denken und auszuprobieren. Wir wollen damit Mut machen, Ihre bestehenden Angebote nicht nur 1:1 ins Internet zu übertragen, sondern dass Sie selbstbewusst auch erkennen, was Ihr Mehrwert für Ihre Kunden ist und wie Sie diesen kreativ auf neuen Wegen abbilden können. Dann gilt es nur noch, Ihre Kunden wissen zu lassen, wie Sie nun für Sie da sind. Probieren Sie sich aus!

Jana Stecher

Aushang Beispiel

Den folgenden Aushang können Sie einfach in Word kopieren und / oder direkt hier bearbeiten. Hierbei ist es besonders wichtig eindeutige Hinweise zu geben wie und wo Sie Ihre Kunden / Besucher erreichen können. Denken Sie auch daran die **Schriftart groß genug** zu machen und auf **Kontraste zu achten**, damit auch Personen mit eingeschränkter Sehfähigkeit (z.B. Senioren) diesen gut lesen können. Zudem sollten Sie stets **mehrere Kontaktwege** anbieten, um es Ihren Kunden so einfach und bequem wie möglich zu machen.



Liebe Kunden und Besucher,

aufgrund der aktuellen Corona-Krise können wir unser Geschäft leider nicht, wie gewohnt, für Sie öffnen und haben daher diese Türe, aus Rücksicht für Sie und unsere Mitarbeiter, geschlossen.

Wenn sich eine Tür schließt, öffnet sich aber natürlich auch immer eine andere. Daher sind wir für Sie telefonisch, per E-Mail und digital für **Sie da und liefern unsere Waren** gerne zu Ihnen nach Hause.



Bitte rufen Sie uns unter **03775 / XXXXXXX** an.



Ihre E-Mail empfangen wir unter **IHRE@EMAILADRESSE.de**

Zusätzlich finden Sie unser gesamtes Sortiment auch online:



www.IHRE-HOMEPAGE.de

Wir stehen diese Zeit zusammen durch und freuen uns sehr darauf, Sie nach der Krise wieder, wie gewohnt, persönlich empfangen zu können.

Blieben Sie gesund!

Ihr Team von XXX